

TEM Toimialapalvelu • Kevät 2018

Toimialaraportit

Luonnontuoteala



www.temtoimialapalvelu.fi



Työ- ja elinkeinoministeriö
Arbets- och näringsministeriet

Luonnontuoteala

Toimialaraportti | Anne Ristioja
2/2018



Tekijät (toimielimestä: nimi, puheenjohtaja, sihteeri)		Julkaisu-aika
Anne Ristioja Lapin ELY-keskus		15.3.2018
		Toimeksiantaja(t)
		Työ- ja elinkeinoministeriö
		Toimielimen asettamispäivä
Julkaisun nimi		
Liiketoimintaa luonnontuotteista – toimialaraportti luonnontuotealasta		
Tiivistelmä		
<p>Luonnontuotealan yritykset keräävät tai jalostavat luonnontuotteita tai käyttävät niitä palveluissa. Suurimmat yritykset ovat marja-alalla. Luonnontuotealan yritysten liikevaihto on kasvussa. Kasvu tulee erityisesti viennistä. Jalostettujen tuotteiden osuus viennissä kasvaa ja on jo lähes kolmanneksen viennin arvosta. Luonnontuotteita on saatu aiempaa enemmän markkinoille mm. thaipoimijoiden ansiosta. Marja- ja sienialaa on auttanut myös se, että raaka-aineen hankinta on organisoitu kustannustehokkaasti. Sen sijaan luonnonkasvien kasvanut kysyntä elintarvikkeena ja kosmetiikassa edellyttää tehokkaampia raaka-aineketjuja. Kysyntää on useille luonnonkasveille. Myös metsänomistajia kiinnostaa metsien monikäyttö: mahlaa kerätään talteen enemmän kuin koskaan. Myös pakuri kiinnostaa. Tuotteille voidaan saada lisäarvoa luomusertifiointilla. Suomella on hyvät mahdollisuudet profiloitua luomuluonnontuotteiden kärkimaaksi, koska meillä on maailman suurin sertifioitu luonnontuotteiden keruualue, lähes 12 milj.ha. Se on kolmannes maailman luomukeruualue. Nykyajan ravintotrendit suosivat luonnontuotteita. Suomessa marjojen ja luonnontuotteita sisältävien ravintolisien kysyntä on kasvanut, mutta myös kilpailu kiristynyt. Ravintolat haluavat villiyrttejä. Kasveista etsitään ratkaisuja myös lääketieteellisiin ongelmiin sekä korvaamaan keinotekoisia aineita kosmetiikassa ja pakkauksissa.</p> <p>TEM:n yhdyshenkilö: Elinkeino- ja innovaatio-osasto/Toimialapalvelu/Esa Tikkanen, s-posti: esa.tikkanen(at)tem.fi puh. 0295 063 681 ELY-keskuksen yhdyshenkilö: Anne Ristioja@ely-keskus.fi, puh. +358 295 037 118</p>		
Asiasanat		
luonnontuote, luonnonmarja, luonnonsieni, luonnonkasvi, luonnonyrtti, erikoisluonnontuotteet, luomukeruualue, luomuluonnontuote		
ISSN Verkkojulkaisu		ISBN Verkkojulkaisu
1796-0002		978-952-327-299-6
Kokonaissivumäärä	Kieli	Hinta
48	Suomi	-
Julkaisija		Kustantaja
Työ- ja elinkeinoministeriö		



Besöksadress Postadress
Alexandersgatan 4 PB 32
00170 HELSINGFORS 00023 STATSRÅDET
Telefon 029 506 0000
Telefax (09) 1606 2166

Branschrapport
2/2018

Författare (organ, namn, ordförande, sekreterare) Anne Ristioja NTM-centralen i Lappland		Publiceringstid 15.3.2018
		Uppdragsgivare Arbets- och näringsministeriet
		Organets tillsättningsdatum
Titel Affärsverksamhet med naturprodukter – rapport om naturproduktsbranschen		
Referat <p>Företagen inom naturproduktsbranschen samlar eller förädlar naturprodukter eller använder sådana produkter i sina tjänster. De största företagen finns inom bärbranschen. Naturproduktsföretagens omsättning ökar. Tillväxten är framför allt exportdriven. De förädlade produkternas andel av exporten ökar och utgör redan nästan en tredjedel av värdet på exporten. Naturprodukter har i högre grad än tidigare släppts ut på marknaden bland annat tack vare thailändska plockare. Bär- och svampbranschen har också gynnats av att anskaffningen av råvaror har organiserats kostnadseffektivt. Däremot förutsätter den ökande efterfrågan på vilda växter som livsmedel och kosmetika effektivare råvarukedjor. Det finns efterfrågan på flera vilda växter. Även skogsägare är intresserade av att utnyttja skogen på olika sätt: sav tas till vara mer än någonsin tidigare. Även sprängticka väcker intresse. Produkternas värde kan höjas genom ekologisk certifiering. Finland har bra möjligheter att profilera sig som en föregångare inom ekologiska naturprodukter, eftersom vi har världens största certifierade område för insamling av naturprodukter, närmare 12 miljoner hektar. Det är en tredjedel av världens ekologiska insamlingsareal. Moderna näringstrender prefererar naturprodukter. I Finland har efterfrågan på bär och näringstillskott som innehåller naturprodukter ökat, men det har också konkurrensen. Restaurangerna vill ha vilda örter. Växter studeras också för att ge svar på medicinska problem och för att ersätta artificiella ämnen i kosmetika och förpackningar.</p> <p>Kontaktperson vid ANM: Närings- och innovationsavdelningen/Branschtjänst/Esa Tikkanen, e-post: esa.tikkanen@tem.fi, tfn 0295 063 681</p> <p>Kontaktperson vid närings-, trafik- och miljöcentralen: Anne Ristioja@ely-keskus.fi, tfn +358 295 037 118</p>		
Nyckelord naturprodukt, vilda bär, vilda svampar, vilda växter, vilda örter, specialnaturprodukter, ekologiskt insamlingsområde, ekologisk naturprodukt		
ISSN Nätpublikation 1796-0002		ISBN Nätpublikation 978-952-327-299-6
Sidoantal 48	Språk Finska	Pris -
Utgivare Arbets- och näringsministeriet		Förläggare



Visiting address

Aleksanterinkatu 4
FI-00170 HELSINKI

Postal address

PO Box 32
FI-00023 GOVERNMENT

Telephone +358 295 060
000
Telefax +358 9 1606 3666

Publication series name and code

Sector reports

2/2018

Authors (from institution: name, chairperson, secretary) Anne Ristioja Lapland ELY Centre		Date of publication 15 March 2018
		Contractor(s) Ministry of Economic Affairs and Employment
		Date of appointment
Title of publication Natural products as business – report on the natural products sector		
Abstract <p>Companies in the natural products sector collect and process natural products or use them in services. The largest companies operate in the wild berry sector. The turnover of the natural products companies is growing and exports are the main source of growth. More and more processed products are exported: they already account for almost one third of the value of all exports. The employment of Thai berry pickers has been one factor helping to make more natural products available on the market. Cost-effective organisation of the raw material purchasing process has also helped the wild berry and mushroom sector. At the same time, the growing demand for wild plants in food products and cosmetics can only be met if more efficient raw material chains are created. There is demand for many different wild plants. Forest owners are also interested in the multiple use of their forests: record amounts of sap are collected and there is also growing demand for chaga mushroom products. Organic certification can generate added value for the products. Finland is well placed to become a world leader in organic natural products because we have the world's largest certified organic wild collection area of natural products (nearly 12 million hectares). This is one third of the world's total. Natural products are popular among consumers following the latest nutritional trends. The demand for berries and food supplements containing natural products has increased in Finland but the competition has also become tougher. More and more restaurants want to use wild herbs. Wild plants are also studied as a solution to medical problems and they might replace artificial substances in cosmetics and packaging.</p> Contact person at the Ministry of Economic Affairs and Employment: Enterprise and Innovation Department / Business Sector Services / Esa Tikkanen, email: esa.tikkanen(at)tem.fi, tel. +358 295 063 681 ELY Centre contact person: Anne Ristioja@ely-keskus.fi, tel. +358 295 037 118		
Keywords natural product, wild berry, wild mushroom, wild plant, wild herb, special natural products, organic wild collection area, organic natural product		
ISSN Online publication 1796-0002		ISBN Online publication 978-952-327-299-6
Total number of pages 48	Language Finnish	Price -
Published by Ministry of Economic Affairs and Employment		Publisher

Sisällysluettelo

Esipuhe.....	6
Saatteeksi.....	7
1 Katsaus toimialaan	8
1.1 Toimialan määritelmä	8
1.2 Toimialan kytkeytyminen muihin toimialoihin	11
2 Toimialan rakenne	15
2.1 Kuvaus toimialan yrityksistä	15
2.2 Toimialan alueellinen jakauma	17
2.3 Työvoimaan ja osaamiseen liittyviä asioita	19
2.4 Liikevaihdon kehitystä	19
3 Markkinoiden kehitystä ja näkymiä	21
3.1 Raaka-ainemarkkinat	21
3.2 Luomu	24
3.3 Terveystuotekaupan trendit 2018 ja kasvunäkymät.....	26
3.4 Kansainvälisyys luonnontuotealalla	26
3.5 Luonnontuotteiden vienti ja tuonti	27
4 Toimialan suurimpia yrityksiä.....	30
5 Alan yritysten taloudellinen tilanne.....	32
5.1 Kannattavuus	32
5.2 Vakavaraisuus ja kausirahoitus.....	33
6 Toimialan asema ja merkitys tulevaisuudessa.....	35
6.1 Analyysiä ja näkymiä toimialan tulevaisuudesta	35
6.2 PESTEL-analyysi luonnontuotealasta.....	39
6.3 SWOT-analyysi	44
7 Yhteenveto.....	45
Lähteet.....	46
Liite 1.....	48

Esipuhe

Maailmantalous kasvaa nyt hyvin kaikilla suurilla markkina-alueilla. Myös Suomen talous on nopeassa kasvuvaiheessa. Valtionvarainministeriön mukaan taloutemme kasvoi viime vuonna 3,5%, kun useana edeltävänä vuotena jouduttiin tyytymään käytännössä nollakasvuun. Vahva kasvu jatkuu myös tänä vuonna.

Talouden ja työllisyyden kasvu antavat hyvät mahdollisuudet suomalaisille yrityksille kohentaa taloudellista tilannettaan, hankkia uusia asiakkaita, tehdä tuotekehitystä ja investoida sekä ennen kaikkea kasvaa ja kansainvälistyä.

Vaikka maamme tarvitsee lisää kansainvälisillä markkinoille menestyviä yrityksiä, tarvitaan myös kotimarkkinoihin panostavia yrityksiä. Luonnontuoteala on osa kasvavaa biotalouden liiketoimintaa ja imagoarvoltaan se on kokoaan suurempi. Yhteistyö luonnontuotealan kanssa voi tarjota uutta liiketoimintaa myös matkailuun ja hyvinvointialalle. Luonnonkasveista ja -sienistä etsitään uusia kestävämpiä ratkaisuja eläinperäisten materiaalien ja muovin korvaajaksi. Lisäksi kuluttajat haluavat yhä luonnonmukaisempia elintarvikkeita ja kosmetiikkaa. Nyt julkaistavassa raportissa käsitellään luonnontuotealan nykytilaa ja tulevaisuutta.

Helsingissä 15.3.2018



Olli Koski
Johtaja
Työ- ja elinkeinoministeriö
Elinkeino- ja innovaatio-osasto

Saatteeksi

Toimialaraportit-julkaisusarjan lähtökohtana on koota ja yhdistää eri lähteiden aineistoja toimialakohtaisiksi perustietopaketeiksi, jotka tarjoavat asiantuntijoiden näkemyksen pk-yritysten päätöksenteon avuksi. Vuoden 2017 lopulla ja vuoden 2018 alussa julkaistiin kuusi muuta toimialaraporttia, jotka käsittelivät uusiutuvaa energiaa, kaivosalaa, sosiaali- ja terveysalaa, matkailua, teknistä konsultointia ja ohjelmistoalaa sekä leipomo- ja konditorialaa. Toimialaraporttien yhteydessä julkaistaan nykyisin mahdollisuuksien mukaan myös alan pk-toimialabarometrit, jotka kuvaavat alan yritysten suhdanne- ja toimintaympäristön tilannetta ja lähiajan kehitysnäkymiä. Viimeinen luonnontuotealaa koskeva pk-toimialabarometri on julkaistu syksyllä 2017, ja se löytyy Toimialapalvelun nettisivuilta osoitteesta www.tem.fi/toimialapalvelu.

Toimialapäälliköt laativat toimialaraporttien lisäksi kaksi kertaa vuodessa julkaistavat toimialan lähiajan näkymät. Julkaisujen ensisijaisena tarkoituksena on tuottaa näkemyksiä TEM:n hallinnonalan julkisen rahoituksen suuntaamiseen ja yritystoiminnan kehittämiseen sekä ennakoinnin ja päätöksenteon tueksi. Julkaisut ovat saatavissa TEM Toimialapalvelun nettisivuilta.

Raporteissa käsitellään toimialojen rakennetta, markkinoita, tyypillisiä piirteitä, taloudellista tilaa sekä kehittämistarpeita ja tulevaisuuden näkymiä. Sisältöä on kehitetty yrittäjien tarpeiden pohjalta luettavampaan muotoon. Lähteinä käytetään viimeisintä saatavissa olevaa tilastoaineistoa. TEM:n, Suomen yrittäjien ja Finnvera Oyj:n pk-yritysbarometri antaa pohjaksi hyvää tietoa yritysten omista nykytilan ja tulevaisuuden arvioinneista.

Luonnontuoteala on osa biotaloutta, ja sen odotetaan tarjoavan erityisesti maaseudulle uusia yritys- ja työllistymismahdollisuuksia. Luonnontuotealalla ei ole omaa TOL 2008 -toimialaluokkaa, vaan alan yrityksiä toimii useilla eri toimialoilla. Eniten luonnontuoteyrityksiä on elintarvikealalla ja alkutuotannossa, mutta matkailu- ja hyvinvointi- sekä kosmetiikka-alalla toimivien yritysten määrä on kasvussa. Kemian alalla toimivien yritysten määrä on pysynyt vuodesta 2015 lähtien lähes vakiona, sillä tämän alan yritystoiminta vaatii usein sekä korkean tason osaamista että pääomia. Uutta yritystoimintaa on syntynyt digitalisaatiota hyödyntäviin palveluihin, joita syntyy jatkossa varmasti lisää. Tämän raportin pohjana on runsaan 750 yrityksen lista, jossa yritykset on jaettu alkutuotannon, elintarvikealan, hyvinvointi- ja kosmetiikka-alan, matkailun, kemian yhdisteiden sekä muiden alojen ryhmiin. Yritykset on listattu niin, että luonnontuotteet muodostavat niiden liiketoiminnasta merkittävän osan.

Luonnontuoteala on kasvuala, joka hyötyy vallitsevasta terveys- ja hyvinvointitrendistä. Ruokatrendit kuten laktoosittomuus, gluteenittomuus, lisätyn sokerin välttäminen, luonnnonmukaisuus ja vegaaniruokavalion suosion kasvu edistävät luonnontuotteiden kulutusta. Myös matkailun kasvu luo elinkeinomahdollisuuksia matkailukeskuksia lähellä oleville luonnontuotealan yrityksille.

Lämmin kiitokseni kaikille niille, jotka ovat auttaneet raportin teossa.

Rovaniemellä 5.3.2018

Anne Ristioja

Luonnontuotealan toimialapäällikkö

1 Katsaus toimialaan

1.1 Toimialan määritelmä

Luonnontuotteisiin luetaan luonnonvaraiset ja puoliviljellyt marjat, sienet ja yrtit sekä erikoisluonnontuotteet, kuten puuhiili, terva ja muut puutisleet, mahla, pettu, turve, tuohi, paju, sammal, kaislat, jäkälät sekä koristekasvit. Luonnontuotealaan kuuluu kaikki yritystoiminta raaka-aineiden talteenotosta tuotteiden jatkojalostukseen. Alan yritystoimintaan voidaan lukea myös luonnontuotteiden käyttö palveluissa hyvinvointi- ja matkailualoilla. Uudenlaista yritystoimintaa edustavat luonnontuotealalle muotoillut digitaaliset palvelut sekä luonnontuotteisiin perustuvat koulutus-, konsultointi- ja viestintäpalvelut.

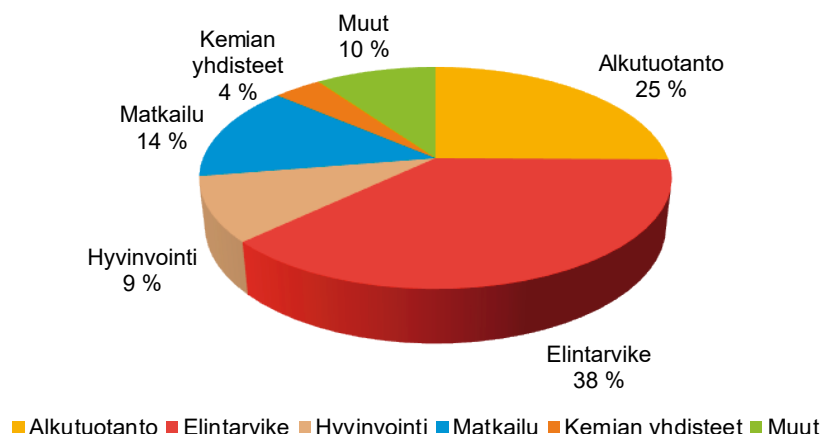
Luonnontuotealalla ei ole olemassa omaa tilastollista TOL 2008 -toimialaluokkaa, vaan alan yrityksiä toimii useilla eri toimialoilla. Pääluokat, joissa alalla on yritystoimintaa, ovat alkutuotanto, elintarvikeala, hyvinvointi- ja kosmetiikka-ala, matkailuala sekä kemian yhdisteet. Luonnontuotealan yritysten liiketoimintaa on myös mm. koristekasvi-, taimituotanto-, viherrakennus- ja käsityöalalla sekä koulutus-, konsultointi- ja viestintäpalveluissa. Tämän raportin tilastotiedot perustuvat runsaan 750 luonnontuotealan yrityksen nimilistaan; mitään toimialaluokkaa ei ole otettu kokonaan mukaan raporttiin, vaan tiedot on saatu analysoimalla koottua yrityslistaa. Yrityslistojen pohjana ovat ELY-keskusten asiakkuudet, luonnontuotealan hanketoiminta sekä muut alan asiantuntijaverkostot.

Luonnontuoteala ryhmitellään tässä raportissa seuraavasti:

- Alkutuotanto
- Elintarvikeala
- Hyvinvointi- ja kosmetiikka-ala
- Matkailuala
- Kemialliset yhdisteet
- Muut (mm. käsityöala, luonnontuotealan konsultointi ja koulutuspalvelut)

Kuva 1. Luonnontuotealan yritysten jakautuminen eri toimialaryhmiin v. 2018 (%).

Lähde: YTJ, Tilastokeskus.



Alkutuotanto

Luonnontuotteiden keruu ja viljely/puoliviljely luetaan alkutuotantoon. Yleisimmät keruu- tuotteet ovat luonnonmarjat, -sienet ja -yrtit. Alkutuotantoon kuuluu myös mm. mahlan ja pihkan talteenotto sekä petun keräys. Puoliviljelynä pidetään toimia, joilla edistetään luon- nossa kasvavien kasvien satoa esim. paikalle tuoduilla pölyttäjillä. Raporttiin on otettu mu- kaan myös mehiläishoito.

Elintarvikeala

Pääosa luonnontuotealan yrityksistä toimii elintarvikealalla. Myös ravintolisiä valmistavat yritykset kuuluvat elintarvikesektorille. Elintarvikealalla toimivat yritykset valmistavat esi- merkiksi hilloja, mehuja, marjajauheita, kuivattuja sieniä, sienisäilykkeitä, pakastetuottei- ta ja erilaisia välipalatuotteita. Markkinoille on tullut myös marjapitoisia proteiinijuomia ja ns. maidon korvikkeita, joissa marjoja käytetään kaura-, soija- tai mantelimaidon kanssa.

Juomista erityisesti marjapohjaiset alkoholijuomat ovat kasvattaneet suosiotaan vien- nissä. Lisäksi kysyttyjä ovat olleet yrttimaustetut ginit. Luonnonyrteistä valmistettuja tuot- teita ovat teet ja muut yrttijuomat sekä yrttimausteet ja maustesekoitukset. Suomessa yrt- tejä käytetään harvemmin viinietikoissa, mutta niissä voi olla paitsi yrttejä, myös marjaa. Erikoisluonnontuotteista mahlaa voi ostaa pullotettuna joko sellaisenaan tai maustettuna.

Hyvinvointi- ja kosmetiikka-ala

Luonnontuotteiden käyttö kosmetiikassa lisääntyy, koska luonnonkosmetiikka-ala on voi- makkaassa kasvussa. Kosmetiikassa luonnontuotteiden määrä on kuitenkin pieni verrattu- na elintarviketeollisuuteen. Luonnontuotteita on käytetty kauneudenhoidossa pitkään, mut- ta teknologian kehitys, laatu järjestelmien kehittyminen ja terveystrendi ovat avanneet luon- nonkasveille uusia käyttötapoja kosmetiikan ainesosana. Marjojen siemenistä uutettuja ölj- jyjä käytetään yleisesti kosmetiikan perusosana. Tuoreita, kuivattuja tai pakastettuja leh- tiä voidaan käyttää hauteissa ja kylvyissä sellaisenaan. Pakuria ja varsinkin mahlaa käyte-

tään nykyisin huomattavia määriä luonnonkosmetiikan raaka-aineena. Ihoa hoitaviin tuotteisiin käytetään esimerkiksi kehäkukkaa ja ratamoa, hiuksille taas nokkosta. Luonnonyrttejä käytetään perinteisesti ns. yrttipusseina, joita liotetaan kylpyveteen ja jotka voidaan käyttää uudestaan kuivauksen jälkeen. Turvetta on käytetty hoitotuotteena pitkään. Myös mm. koivutislettä voidaan käyttää hoitotuotteissa.

Luonnonkasveja sisältäviä hyvinvointituotteita käytetään myös lemmikeille. Tyypillisimpiä ovat tassuvoiteet sekä erilaiset voiteet ihovaurioille.

Matkailu

Matkailu on yksi niistä toimialoista, joiden kasvu näyttää jatkuvan. Viime vuonna ulkomaiden matkailijoiden yöpymiset kasvoivat Suomessa yli kymmenen prosenttia. Erityisesti luonto, ympäristön puhtaus, jokamiehenoikeudet ja villiruoka vetoavat ulkomaisiin matkailijoihin. Luonnontuotteita ja luonnontuotteisiin perustuvia palveluita, kuten retkiä ja kokkikursseja sekä luontoaterioita voi tuotteistaa ohjelmapalveluiksi. Viime vuosina matkailu on opinnut käyttämään paremmin luontoympäristöä ja luonnontuotealan osaajia. Tästä hyvänä esimerkkinä on mm. Kuusamo Wild Food -konsepti, jossa matkailijoille on tarjolla kuusamolaisia luonnontuotteita sekä tuotteina että ravintolapalveluina.

Suomeen tulee matkailijoita useasta maasta. Kiinalaiset ovat löytäneet Suomen sanokoin joukoin, mutta asiakkaita tulee myös monista muista maista, kuten Japanista ja Keski- sekä Etelä-Euroopasta. Varsinkin Aasiasta tuleville matkailijoille Suomen luonto on keskeisin syy vierailuun. Etelä-Savossa on aloitettu ensimmäisenä Suomessa matkailuhanke, jossa on tarkoitus hyödyntää luonnontuotteiden luomukeruualueita matkailun vetonaulana.

Kemialliset yhdisteet

Luonnontuotealalla toimii muutamia yrityksiä, joiden tuotteet perustuvat luonnontuotteiden ainesosien erottamiseen. Lopputuloksena syntyy bioaktiivisia ainesosia lääke-, ravintolisä- ja kosmetiikkateollisuuteen. Yleisimpiä tuotteita ovat marjoista tai muista kasveista valmistetut kasviöljyt ja -uutteet sekä -jauheet. Puhdistettua pihkaa käytetään mm. ihovaurioiden hoitoon. Marjojen, sienien ja luonnonkasvien arvokkaita ainesosia voidaan eristää ja käyttää mm. lääketeollisuuden raaka-aineena. Monet tutkijat uskovatkin, että luonnonkasvien ainesosilla voidaan tulevaisuudessa korvata keinotekoisia väri- ja säilöntäaineita.

Muut luonnontuotealan yritysten toimialat

Osa luonnontuotealan yritystoiminnasta ei kuulu mihinkään edellä mainittuun ryhmään. Luonnon materiaaleja, kuten tuolta, pajua, juurta tai havuja käyttävät käsityöläiset voidaan laskea kuuluvaksi luonnontuotealan yrittäjiin. Tekstiileissä voidaan käyttää myös muita luonnon kuituja, kuten nokkosta. Luonnontuotealalla on myös koulutusta, neuvontaa ja konsultointia tarjoavia yrityksiä. Varsinkin kaupungeissa on tarjolla luonnonkasveja hyödyntäviä viherrakentamiseen erikoistuneita yrityksiä. Ko. yritykset voivat käyttää materiaalinaan esimerkiksi kunntaa tai viljeltyjä tai siirrettyjä luonnonkasveja. Teknologian kehittyminen ja innovatiiviset palveluratkaisut synnyttävät alalle myös kokonaan uudenlaista yrittäjyyttä mm. luonnon raaka-aineiden välitystoimintaan.

Kuva 2. Eri toimialaluokkien yleisyys luonnontuotealalla: mitä yleisempi toimialaluokka, sen suurempi teksti. Lähde: yrityslista, YTJ.



1.2 Toimialan kytkeytyminen muihin toimialoihin

Luonnontuoteala kytkeytyy moniin muihin toimialoihin, minkä vuoksi luonnontuotteiden osuuden erottaminen muusta liiketoiminnasta on joidenkin yritysten kohdalla vaikeasti arvioitavissa. Luonnontuotealan yritystoimintaa voisikin olla hedelmällisempää arvioida ilmiöpohjaisesti osana kasvavaa biotaloutta. Luonnontuoteala on imagoarvoltaan kokoaan suurempi, ja se voi tarjota uusia kasvumahdollisuuksia monille lähitoimialan yrityksille. Suomi on luonnontuotealalla monessa mielessä edelläkävijä: meillä on tehty pitkään ja pitkäjänteisesti alan kehittämistoimintaa ja tutkimusta. Suomessa on sekä metsäalan että luonnontuotteiden tutkimusta useissa yliopistoissa ja Luonnonvarakeskus on käynnistänyt monta innovatiivista tutkimusaihetta. Meillä toimivat elinkeinoelämän tukena myös aktiiviset järjestöt Arktiset Aromit ja Luontoyrittäjyys ry. Lisäksi luonnontuoteteollisuudella on oma järjestö, Luonnontuoteteollisuus ry, jossa on mukana useita alan kärkiyrityksiä.

Alkutuotanto

Alkutuotannossa toimivat yritykset harjoittavat luonnontuotteiden keruuta, viljelyä tai puoliviljelyä. Osa maataloista ja puutarhoista on erikoistunut luonnonkasvien viljelyyn tai niiden taimi- ja siementuotantoon. Alkutuotantoon kuuluvia yrityksiä on noin 200. Viljelyyn otetaan kasveja, jotka ovat luonnossa uhanalaisia tai joiden keruu luonnosta tulee hankalammaksi tai kalliimmaksi kuin viljely. Tällaisia ovat esimerkiksi väinönputki ja ruusujuuri. Myös perinteisiä marjakasveja, esimerkiksi karpaloa ja lakkaa, voidaan viljellä, mutta vaikka viljelyyn on tehty myös seikkaperäisiä oppaita, niiden viljely ei ole yleistynyt. Luonnonvarakeskus on tutkinut myös mustikan ja puolukan viljelyä. Puoliviljelyllä tarkoitetaan kaikkia toimenpiteitä, joilla edistetään kasvin luontaista kasvua ja sadontuottokykyä. Puoliviljelyn keinoin voitaisiin alentaa viljelystä aiheutuvia kustannuksia ja hyödyntää kasvien luontaisia kasvu- paikkoja edistämällä sadonmuodostusta.

Luonnontuotteiden keruu kuuluu alkutuotantoon. Maaseutuviraston teettämä MARSI-tutkimus kerää tietoa marjojen ja sienten vuosittaisista kauppaantulomääristä. Mukana ovat kaikki merkittävimmät marjojen ja sienten ostotoimintaa harjoittavat yritykset, ja vastaajien kokonaismäärä on noin 90. Vaikka tutkimus ei kata kaikkea ostotoimintaa, kuten suoramyyntiä tai torikauppaa, se antaa hyvän kuvan siitä, miten marjojen ja sienien ostotoiminta on näiden vuosikymmenten aikana kehittynyt. Marjanostotoiminta onkin muuttunut radikaalisti runsaan kymmenen viime vuoden aikana: aiemmin marjaa otettiin vastaan useiden kyläkauppojen yhteydessä ja keskustajaamien toreilla, mutta nykyisin tällainen ostotoiminta on vähentynyt lähes olemattomaksi ja ostoyritykset organisoivat logistiikan omien poimijaleiriensä sijainnin perusteella. Ulkomaalaiset poimijat keräävät kaupallisesta marjasadosta noin 80 %. Poimijat tulevat pääosin Thaimaasta, mutta jonkin verran poimijoita tulee myös Ukrainasta ja Venäjältä. Kutsuttujen poimijoiden määrä on vaihdellut viime vuosina 2 500 ja 3 500 henkilön välillä.

Sienten ostotoimintaa tehdään kiertäen ilmoitettujen vastaanottoaikkojen kautta ennalta ilmoitetun aikataulun mukaan tai vastaanottamalla sieniä kiinteässä vastaanottoyhteisössä. Sieniä ja luonnonyrttejä keräävät lähes yksinomaan kotimaiset poimijat, ja niiden ostotoiminta on pientä marjakauppaan verrattuna.

Luonnonyrttejä kerätään kaupallisesti vasta muutamilla alueilla. Vaikka yrttien keruu kiinnostaa yhä useampaa, ammattimainen keruu- tai välitystoiminta on vielä harvinaista. Yrttien keruumääristä ei pidetä mitään seurantaa, vaan määrät on arvioitava haastatteluiden perusteella.

Erikoisluonnontuotteilla, kuten mahlalla, pihkalla, havuilla ja männynkuorella on omat keruuverkostot. Kerääjinä voivat olla metsänomistajat itse tai luvan hankkineet ammattimaiset kerääjät.

Mehiläistarhaus ja hunajantuotanto

Suomessa ammattimainen mehiläishoito on harvinaista, vaikka suomalaisen hunajan kysyntä on hyvä. Hunajan kulutus on viime vuosina kasvanut ja on nyt noin 600 grammaa henkeä kohden. Tämä on kuitenkin kaukana keskieurooppalaisten kulutusluvuista. Mehiläistarhaaja on 3 200, mutta vain sata tilaa saa pääasiallisen toimeentulonsa mehiläishoidosta. Harrastuksena mehiläistarhaus on kasvattanut suosiotaan ja alan kurssit ovat kysytyjä. Paitsi hunajaa, tilat tarjoavat useimmiten myös pölytyspalveluja, siitepölyä ja erikoistuotteita, kuten propolista (mehiläisten valmistama kittivaha) ja kuningatarhyttelöä. Suomessa kuningatarhyttelö on vielä melko tuntematon tuote: se on mehiläistyöläisten valmistamaa ravintorikasta ruokaa, jota tarjotaan mehiläiskuningattarelle. Tuottavia mehiläispeisiä arvioidaan olevan Suomessa vuosittain noin 54 000. Yksi pesä tuottaa hunajaa keskimäärin 39 kiloa. Hunajan kokonaistuotanto vaihtelee paljon: minimissään sato voi olla runsaat 0,5 miljoonaa kiloa ja suurimmillaan liki kolme miljoonaa kiloa. Osa hunajasta tuotetaan luomulaatuisena. Suomalainen hunajantuotanto ei riitä tyydyttämään kysyntää, vaan meille tuodaan paljon hunajaa ulkomailta. Tuontimäärät ovat olleet kasvussa jo pidemmän aikaa ja nykyinen tuontimäärä on arvioitu 1,5 miljoonaksi kiloksi. Hunajaa tuodaan mm. Argentiinasta ja Unkarista.

Vaikka hunaja onkin mehiläistarhauksessa tärkeä tuote, taloudellisesti enemmän arvoa on mehiläisten tarjoamilla pölytyspalveluilla. Suomessa hyönteispölytyksen rahalliseksi arvoksi on laskettu noin 60 miljoonaa euroa vuodessa, ja se on lähes 11,5-kertainen hunajasatoon verrattuna. Mehiläisten osuus pölytyksestä Euroopassa on noin 75–85 %, loppu on luonnossa elävien kimalaisten, kukkakärpästen ja muiden pölyttävien hyönteisten ansiota. Mehiläistarhauksella on globaalisti suuri merkitys luonnon monimuotoisuuden säilyttäjänä. Merkitys korostuu entisestään, kun mehiläisille sopivat asuin ympäristöt katoavat. Mehiläishoito myös kaupunkiympäristössä on lisääntynyt ja useat kaupungit, mm. Helsinki, ovat ilmoittaneet suosivansa mehiläishoitoa kaupunkialueella. Asiasta on myös annettu erillisiä ohjeistuksia.

Elintarvikeala

Suurin osa luonnontuote yrityksistä toimii elintarvikealalla, runsaat 300 yritystä. Ne tuottavat elintarvikkeita, ravintolisiä tai juomia. Myös alan suurimmat yritykset jalostavat elintarvikkeita. Luonnontuotealalla toimivat elintarvike yritykset ovat pääosin mikroyrityksiä, ja alalle syntyvistä uusista yrityksistä moni toimii elintarvikealalla. Elintarvikealalla tyypillistä on kotimarkkinoilla toimiminen (80 % yrityksistä), kun luonnontuotealalla melko pienetkin yritykset suuntaavat vientiin. Elintarvikealalla ensiasteen jalostuksessa toimivat yritykset vastaanottavat, pakastavat ja puhdistavat luonnontuotteita. Perinteisessä marja- ja hilloteollisuudessa toimivat suurimmat alan yritykset, mutta niiden tuotevalikoimissa on usein myös puutarhamarjoja ja hedelmiä. Suuret jalostusyritykset, kuten Valio, käyttävät huomattavia määriä kotimaista luonnonmarjaa. Marja-ala on kehittynyt voimakkaasti, mikä näkyy uusien tuotteiden lanseerauksissa. Uutuuksia on tullut sekä maitopohjaisiin että viljapohjaisiin marjatuotteisiin. Myös erilaiset marjapitoiset myslit ja granolat sekä välipalapatukat ovat suosittuja.

Hyvinvointi- ja kosmetiikka-ala

Hyvinvointi- ja kosmetiikka-alalle syntyy uusia yrityksiä, mutta ala on vaativa ja siksi yritysten kokonaismäärä ei välttämättä kasva niin paljon, mitä luonnonkosmetiikan kysynnän kasvu voisi mahdollistaa. Koko tuotantoketjun hallinta vaatii erityisosaamista, jota on vain harvalla yksittäisellä yrittäjällä. Yritysten kokonaismäärä on noin 75, josta puolet toimii muulla kuin kosmetiikkasektorilla. Ne tuottavat hoitoja, joissa käytetään yrttihauteita, -suoloja, -öljyjä tai turvetta. ProLuonnonkosmetiikka-sivuston mukaan kotimaisten luonnonkosmetiikkasarjojen määrä ei ole vuodessa juuri kasvanut. Koska markkinoilla on laadukkaita ulkomaisia tuotteita, myös kotimaisilta valmistajilta vaaditaan laatua ja brändäystä. Ulkomaisen sarjojen maahantuonti on lisääntynyt.

Matkailu

Matkailualalla toimivia luonnontuotealan yrityksiä on noin sata laskutavasta riippuen. Koska matkailun vetovoima on suuri, on ennustettavissa, että tähän luokkaan kuuluvien yritysten määrä kasvaa lähivuosina merkittävästi. Yritykset tarjoavat asiakkailleen luonnontuotteita ruoan, hyvinvointituotteiden ja -palveluiden muodossa sekä viemällä heitä retkille luontoon.

Kemian yhdisteet

Luonnontuotealalla toimii noin kolmekymmentä yritystä, jotka erottavat kasveista ja sienistä bioaktiivisia ainesosia. Ne käyttävät sekä kotimaista että ulkomaista raaka-ainetta, kotimaasta lähinnä marjoja. Kotimaista raaka-ainetta käyttävät joko kokonaan tai ainakin osittain Fingredient Oy ja Eevia Health Oy. Kemian yhdisteiden ryhmässä on mukana myös luonnontuotteita lääkkeeksi jalostavia yrityksiä kuten Aromtech Oy, Hankintatukku Oy ja Vogel Oy. Ylikriittinen hiilidioksidiuutto on toistaiseksi käytössä olevista uuttomenetelmistä tehokkain, mutta käytössä on myös perinteisemmät menetelmät, kuten vesi- ja alkoholiuutto.

Meneillään on tutkimuksia, joissa etsitään vielä parempia arvoaineiden erottamismenetelmiä. Oulun yliopiston Mittaustekniikan yksikön MITY:n tutkimuksen kohteena on kryokonsentraatio. Se on prosessi, joka tapahtuu luonnostaan vesiliuoksen jäätyessä: puhdas vesi kiteytyy ensin ja sulaan osaan konsentroituvat liuoksessa olevat vesiliukoiset yhdisteet, kuten suolat, vitamiinit, proteiinit ja aromaattiset yhdisteet. Tekniikkaa voi käyttää teollisissa prosesseissa: kuivaukseen, uuttoon, kypsennykseen, pastörintiin, sterilointiin sekä entsyymien nopeaan deaktivointiin. Tekniikan teollisuuskäytön ennustetaankin yleistyvän merkittävästi.

2 Toimialan rakenne

2.1 Kuvaus toimialan yrityksistä

Luonnontuotealan yritysten tarkasta lukumäärästä ei ole tietoa. Viimeisen yrityslistan mukaan yrityksiä on yli 750 ja listan kokoonpano vaihtuu jonkin verran vuosittain. Luonnontuotealalle syntyy uusia yrityksiä ja samalla osa lopettaa toimintansa. Lopettaneita yrityksiä oli noin kolmekymmentä vuosien 2014–2017 aikana. Pääosa näistä yrityksistä oli yhden hengen mikroyrityksiä, joten työpaikkoina vähennys ei ole suuri. Samaan aikaan syntyi useita uusia yrityksiä, jotka nekin olivat useimmiten mikroyrityksiä. Konkurssi ei ole yleinen lopettamisen syy, vaan syynä on yleensä sopivan jatkajan puuttuminen tai liiketoiminnan os aikaisuus, jolloin toiminta ajetaan alas vähitellen.

Luonnonmarjojen markkinaketjun työllistäväksi vaikutukseksi on arvioitu noin 2 200 henkilötyövuotta ja sieniketjun noin 600 henkilötyövuotta. Kun huomioidaan hyvinvointi- ja kosmetiikka-alan sekä matkailun ja kemian yhdisteiden yritysten työpaikat, työllisyysvaikutukseksi tulee reilusti yli 3 000 henkilötyövuotta. Luonnonmarja-alalla poimijoita ei lasketa työntekijöiksi, koska he toimivat jokamiehenoikeuksien perusteella. Poimijaleirien kokit ja automekaanikot ovat sen sijaan yleensä aina työsuhteessa. Työllisyyteen vaikuttaa myös se, että luonnontuotealan työ on usein sesonkiluonteista ja siitä kertyy vain osa vuoden työpanoksesta. Edelläkävijäyritykset ovat onnistuneet työllistämään henkilöstöään ympärivuotisesti siten, että talviaikaan työntekijät työllistyvät matkailuun ja kesä- ja syysaikaan luonnontuotealalle. Tällainen järjestely onnistuisi myös yritysten yhteistyönä.

Luonnontuotealan yritysten määrä on ollut viime vuodet kasvussa. Syynä ovat vallitseva terveystrendi, kulutustottumusten muutokset kohti aidompia, puhtaampia, lisäaineettomia elintarvikkeita ja luonnonkosmetiikkaa sekä uudet tuoteinnovaatiot. Uusien tuoteinnovaatioiden myötä moni pieni yritys on nähnyt mahdollisuutensa erilaistaa oman tuotteensa juuri tietyille asiakasryhmälle. Tästä esimerkkinä ovat luomua suosiville asiakkaille suunnatut teesekeitukset tai keinotekoisia kosmetiikan ainesosia vältteleville vain luonnonraaka-aineita sisältävät saippuat.

Edelleen suurin osa alan yrityksistä on mikroyrityksiä, ja joukossa on vain muutama suuri tai keskisuuri yritys. Työntekijän palkkaaminen näyttää olevan jonkinlainen kynnyskysymys, vaikka tuotannossa olisi kasvupaineita. Mieluiten turvaudutaan alihankintaan, joka sekin synnyttää työpaikkoja, mutta eri yritykseen. Alihankkijayrityksenä toimiminen voisi myös olla joidenkin alan yritysten strateginen valinta. Tällaisia varsin monipuolisia alihankkijayrityksiä toimii sekä elintarvike- että kosmetiikkateollisuudessa. Alihankkijayrityksillä ei ole välttämättä tarvetta vahvoin omiin tuotemerkkeihin, ja ne voivat kasvavan volyymin myötä panostaa uusimpaan teknologiaan. Luonnontuotealalla varsinkin pidemmälle jalostettuja komponentteja ostetaan alihankkijalta: tällaisia komponentteja ovat muun muassa eri teknologiain valmistetut uutteen ja jauheen ja esimerkiksi pakastekuivatut luonnontuotteet. Ei ole myöskään tavatonta, että yrittäjä hoitaa vain markkinoinnin ja brändäyksen ja koko tuote pakkauksineen teetetään sopimusvalmistajalla. Erityisesti pakastekuivaukseen

tarvitaan uutta kapasiteettia, koska pakastekuivauksen teknologia on niin kallista, että laitteistoille tarvitaan korkeaa käyttöastetta. Toistaiseksi Suomessa tätä palvelua on ollut tarjolla rajoitetusti ja siksi yritykset ovat hankkineet kuivauspalvelua myös mm. Virosta.

Luonnontuotealalla on vain muutamia keskisuuria tai suuria yrityksiä. Alan järjestöön, Luonnontuoteteollisuus ry:hyn kuuluu kymmenen alan johtavaa marja- ja sieniyritystä. Monet yritykset ovat jäsenenä myös toimialajärjestössä, Arktiset Aromit ry:ssä. Tähän järjestöön kuuluu liki 80 yrityksen lisäksi yli 120 henkilöjäsentä. Lisäksi alalla toimii Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry, johon kuuluu noin 130 luontoalan yritystä. Suurimmat yritykset toimivat marja-alalla. Osa yrityksistä toimii sekä marja- että sienialalla ja vähentää siten satokausien suuresta vaihtelusta johtuvia riskejä. Sieniin erikoistuneet yritykset vastaanottavat ja käsittelevät sienet yleensä itse. Suuri osa sienistä menee vientiin vain vähän jalostettuna. Viime vuosina on syntynyt muutamia yrityksiä, joiden liiketoimintaan kuuluvat pakuri- tai muunlaiset sieniympit, joita voidaan tarjota valmiina palveluina suoraan metsään.

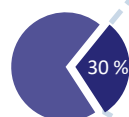
Luonnonyrtiliiketoiminta on Suomessa vielä vähäistä, ja sitä harjoittaa vasta viitisenkymmentä yrittäjää. Näidenkään yritysten kohdalla ala ei välttämättä työllistä yrittäjää koko vuotta. Luonnonkasveja keräävien ja jalostavien yritysten liikevaihto yltää vain harvoilla yrityksillä lähelle miljoonaa euroa, useimmilla liikevaihto on alle puoli miljoonaa euroa ja enemmistöllä vain vähän yli 100 000 euroa. Tähän on syynä useimmiten se, että kyseessä on 1-2 hengen mikroyritys, jossa tehdään paljon käsityötä eikä siten pystytä myöskään vastaamaan suurempiin tilauksiin. Yrttejä keräävät ja jalostavat henkilöt toimivat usein osuuskuntamuotoisesti ja voivat siten pienentää yrittämisen riskiä ja tarjota osuuskunnan kautta myös muita palveluita. Positiivista on, että toiminimen sijaan moni yrittäjä uskaltautuu perustamaan osakeyhtiön. Yrttiyritysten poimijarenkiaan muodostavat yleensä yritysten itse kouluttamat kerääjät, jotka keräävät luonnontuotteen verottomasti. Verollinen jalostus tehdään vasta yrityksessä. Tällä tavoin pienetkin yritykset luovat lisäarvoa paikallistalouteen, vaikka nämä positiiviset vaikutukset jäävät usein huomioimatta.

Luonnontuoteala on osa biotaloutta!

Suomessa on **maailman suurin luomukeruualue**.

11,6 miljoonaa hehtaaria. Se on 30 % maailman kaikesta luomukeruualueesta.

Eniten sertifioituja luomukeruualueita on Lapissa.



Luomukeruualue on **40 %** Suomen maapinta-alasta.

Lähde: FBIL survey 2018

Luonnonmarjasadosta

Kaupallisiin tarkoituksiin

Kotitalouksien käyttöön



Kaupallisesti tärkeimmät luonnonmarjat ovat

mustikka
puolukka
lakka



Kaupalliseen käyttöön menevistä marjoista poimii

80 % thaimaalaiset
20 % suomalaiset



Mustikoiden ja puolukoiden kokonaissadosta otetaan talteen alle 10 prosenttia.



Lisäarvoa luonnontuotteita jalostamalla

Luonnontuoteala työllistää noin

3 000

henkilötyövuotta.



Luonnontuotealalla toimii

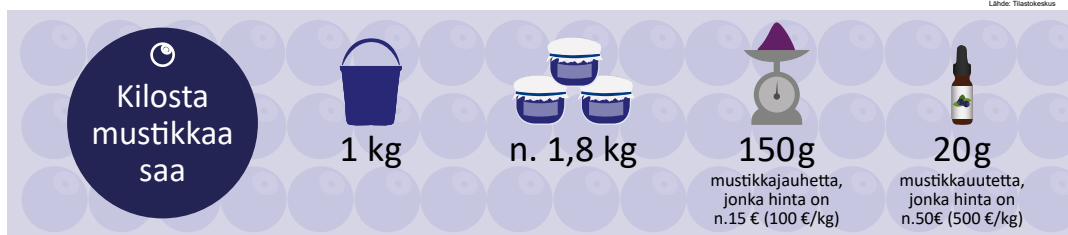
750 yritystä



Yritysten liikevaihto vuonna 2016

300 miljoonaa euroa

Lähde: Tilastokeskus



2.2 Toimialan alueellinen jakauma

Marja-alan yritykset ovat perinteisesti sijoittuneet Pohjois- ja Itä-Suomeen ja sienialan yritykset Itä-Suomeen. Näillä alueilla on edelleen paljon alan yrityksiä, mutta nykyisin keruu-toimintaa harjoitetaan ympäri maata eikä yrityksen sijainnilla ole niin paljon merkitystä kuin aiemmin. Tämä johtuu osin siitä, että ulkomaisia poimijoita kuljetetaan eri alueille sen mukaan, missä tulee hyvä sato. Tähän on pakottanut paitsi marjojen kasvava kysyntä, myös marja-alan aiesopimuksen ehto, jossa poimijalle tulee taata tietty minimiansio päivää kohden. Marjojen puhdistustoiminta on keskittynyt vain muutamalle paikkakunnalle, koska toiminta vaatii kalliin värierottelulaitteiston lisäksi muuta konekantaa ja hyvät pakkasvarastot. Marja puhdistetaan perinteisesti pakastettuna. Puhdistamoita on Vesannolla Toripihä Oy:llä, Mustasaarella Marja Bothnia Berries Oy:llä, Suomussalmella Kiantama Oy:llä ja Savukoskella Korvatunturin Marja Oy:llä. Lähin ruotsalainen laitos on Haaparannalla, jos-

sa käsitellään ruotsalaisten marjojen lisäksi myös Polarica Oy:lle Suomen puolelta kerättyä marjaa. Sieniyrityksille Itä-Suomi on otollista maaperää, koska alueen sienestyskulttuuri on aivan omaa luokkaansa. Luonnonkasveja kerääviä ja jalostavia yrityksiä on maan eri osissa, samoin mahlaa kerääviä yrityksiä.

Hyvinvointi- ja kosmetiikkayrityksille sijainti raaka-aineen lähteillä ei ole ainakaan toistaiseksi ollut kovin merkityksellinen asia, koska tarvittavat raaka-ainemäärät ovat vaatimatomia esimerkiksi elintarviketeollisuuteen verrattuna. Alihankintana tilattava kosmetiikan valmistus on melko keskittynyttä, eikä kosmetiikka-alalle ole syntynyt montaakaan alueeseen profiloituvaa yritystä. Poikkeus on Frantsilan luomuyrttitila, jolla on jo pitkät perinteet, tarina ja paljon kehitystyötä omien tuotteiden eteen. Kosmetiikka- ja hyvinvointialan yrityksiä on joka puolella Suomea. Jatkossa voi ennustaa, että hyvinvointiyrityksiä syntyy enenevässä määrin vetovoimaisiin matkailukohteisiin, kuten pääkaupunkiseudulle ja Lappiin. Yrityksiä syntyy myös alueille, joilla tehdään aktiivista Green care -kehittämistyötä. Green care -toiminta hyödyntää luontoa ja eläimiä hyvinvointipalveluissa.

Luonnontuotealalle ei ole toistaiseksi syntynyt laajoja alueellisia klustereita, jotka hyötyisivät toistensa toiminnasta ja voisivat tehostaa toimintaansa tiiviimmällä yhteistyöllä. Kehittämistoiminnalla pyritään aktiivisesti tällaiseen eri toimijatahoja kokoavaan malliin, koska siinä nähdään synergiahyötyjä esimerkiksi osaamisen, raaka-ainehankinnan, energia- tehokkuuden ja markkinoinnin suhteen.

Taulukko 1. Luonnontuotealan yritysten määrä ELY-keskuksittain v. 2018 tarkastelussa yritysryhmässä.

ALUE	YRITYKSIÄ
Uudenmaan ELY-keskus	69
Varsinais-Suomen ELY-keskus	34
Satakunnan ELY-keskus	17
Hämeen ELY-keskus	33
Pirkanmaan ELY-keskus	37
Kaakkois-Suomen ELY-keskus	16
Etelä-Savon ELY-keskus	29
Pohjois-Savon ELY-keskus	22
Pohjois-Karjalan ELY-keskus	32
Keski-Suomen ELY-keskus	17
Etelä-Pohjanmaan ELY-keskus	31
Pohjanmaan ELY-keskus	23
Pohjois-Pohjanmaan ELY-keskus	75
Kainuun ELY-keskus	33
Lapin ELY-keskus	53
Ahvenanmaa	2
Yhteensä	523

Lähde: Tilastokeskus

*Mukana ovat tiedot vain niistä luonnontuotealan yrityksistä, joilla on Y-tunnukset ja ajankohtaiset tilinpäätöstiedot Tilastokeskuksesta.

2.3 Työvoimaan ja osaamiseen liittyviä asioita

Luonnontuotealan avoimia työpaikkoja on tarjolla varsin vähän. Useimmin yritykset hakevat tiettyjä erityisosaajia, kuten vienti- tai laatuasiantuntijoita, jolloin kokemus viennistä tai laatujärjestelmien hallinta on tärkeämpää kuin toimialan tuntemus. Varsinkin kansainvälistyvät elintarvikeyritykset ovat viime vuosina etsineet elintarvikeviennin osaajia. Tällaisia osaajia on ollut vähän tarjolla, mutta tilanne paranee ainakin jonkin verran, kun Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu on käynnistänyt maa- ja metsätalousministeriön rahoituksella Elintarvikeviennin osaaja -hankkeen.

Luonnonkosmetiikkayrityksiin on työllistynyt mm. farmasia-alan ammattilaisia ja kemistejä. Kosmetiikka-alalle suuntautuvaa estenomikoulutusta tarjoaa toistaiseksi vain Laurea-ammattikorkeakoulu Vantaalla ja Novia Vaasassa ruotsinkielisenä.

Luonnontuotteita tai luonnontuotepalveluita käyttävissä matkailuyrityksissä ammattilaisina ovat esimerkiksi matkailualan restonomit tai eräopaskoulutuksen saaneet.

Luonnontuotealan koulutuksen käyneet toimivat usein yrittäjinä tai hyödyntävät osaamistaan jossain alaa lähellä olevassa ammatissa. Yrittäjyyden kynnyksestä on madallettu perustamalla opiskelijoiden osuuskuntia jo koulutuksen aikana.

Luonnontuotealan tutkintonimikkeet ovat uudistumassa 1.8.2018. Luontoalan ammattitutkinnossa on kolme osaamisalaa, joista yksi on luonnontuotealan osaamisala. Tämän alan suorittanut käyttää joko ammattinimikettä luonnontuotejalostaja tai luonnontuoteneuvoja riippuen siitä, minkälaisen tutkinnon hän valitsee.

Luontoalan erikoisammattitutkinto sisältää kaksi osaamisalaa, joista toinen on luonnontuoteala ja toinen luontokartoituksen osaamisala. Luonnontuotealan suorittanut saa käyttää tutkintonimikettä luonnontuotekehittäjä. Tutkintoihin voi sisällyttää tutkinnon osia toisesta ammatti- tai erikoisammattitutkinnosta eli valinnaisuutta ja erilaisia yhdistelmämahdollisuuksia on runsaasti työelämän tarpeiden mukaisesti. Tämä onkin hyvä mahdollisuus hankkia sellaista osaamista, jolla pystyy työllistymään ympäri vuoden.

Liite 1. Kartalle on merkitty luonto- ja ympäristöalan perustutkinto- ja luonnontuotealan ammattitutkintokoulutusta tarjoavia oppilaitoksia.

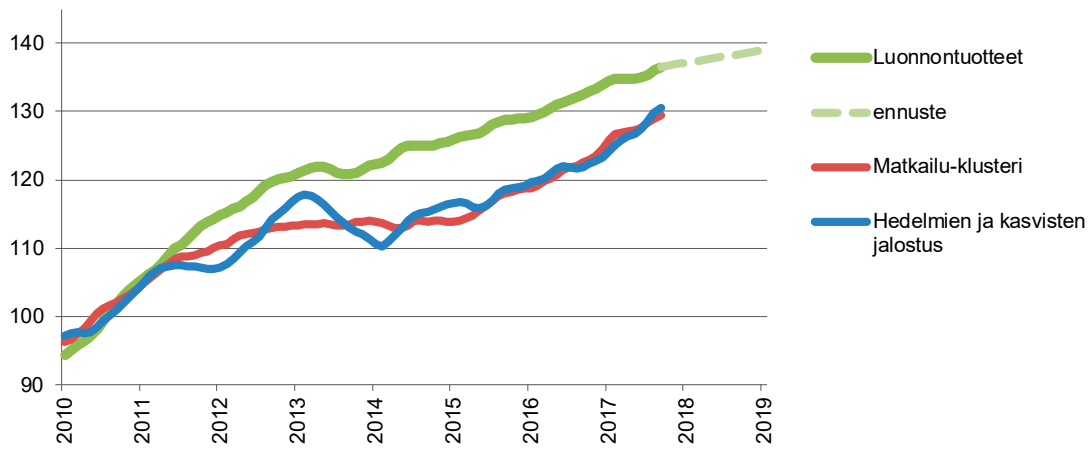
2.4 Liikevaihdon kehitystä

Luonnontuotealan liikevaihto on kasvussa. Alan kokonaisliikevaihdoksi on arvioitu yli 300 miljoonaa euroa. Kasvu tulee sekä kotimaasta että enenevässä määrin viennistä. Viennissä erityisesti jalostettujen tuotteiden osuus on kasvanut kiitettävästi ja muodostaa jo noin kolmanneksen viennin arvosta.

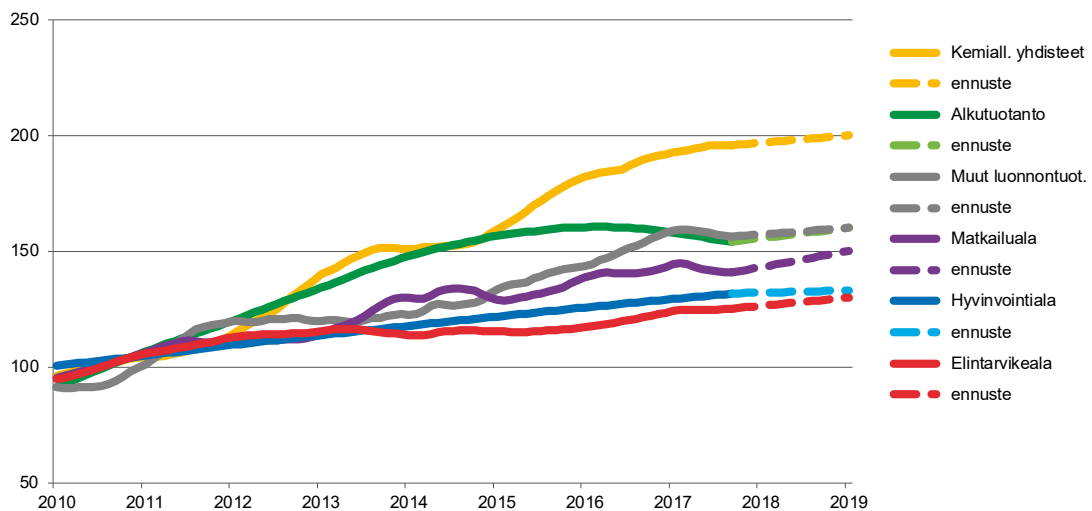
Taloudellinen lama koetteli useita luonnontuotealan yrityksiä, mutta pienen notkahduksen jälkeen useimmilla yrityksillä tulevaisuus näyttää valoisalta. Kokonaisuutena tarkastellen luonnontuotealan liikevaihtokäyrä mukailee matkailualan liikevaihdon kasvua – tosin sillä erotuksella, että matkailussa liikevaihto on luonnontuotealaan verrattuna moninkertainen.

Luonnontuotealan toimialaryhmissä kemialliset yhdisteet erottuu liikevaihdon kehityksen suhteen edukseen.

Kuva 3. Luonnonmateriaalien yritysten liikevaihdon suhteellinen kehitys vuosina 2010-2017 verrattuna lähitoimialoihin ja lähiajan ennuste (2010=100). Tilastokeskus.



Kuva 4. Luonnonmateriaalien yritysten liikevaihdon suhteellinen kehitys toimialaryhmissä v. 2010-2017.(vuosi 2010=100).Tilastokeskus.



3 Markkinoiden kehitystä ja näkymiä

3.1 Raaka-ainemarkkinat

Luonnontuotteiden markkinat ovat globaalit, ja myös hinta määräytyy markkinoilla tarjottavan raaka-ainemäärän ja kysynnän mukaan. Vaikka marjojen vuosittainen biologinen sato onkin Suomessa arvioitu olevan yli 500 miljoonaa kiloa ja yleensä jossain päin Suomea saadaan satoa, raaka-aineen tasainen saanti rajoittaa yritysten kasvua. Tämä siitä huolimatta, että arvion mukaan biologisesta kokonaissadosta kerätään talteen alle kymmenen prosenttia. Käytännössä marjapaikkojen sijainti ja heikko saavutettavuus aiheuttavat sen, että todellisuudessa kohtuullisin kustannuksin saatavilla oleva sato on ehkä 30–40 % biologisesta sadosta.

Puolukka on edelleen tärkeä luonnonmarja, jota käytetään paljon kotimaisessa teollisuudessa. Mustikan merkitys on tosin viime vuosina kasvanut, koska siitä on tullut maailmalla kysytty trendimarja. Tuttu tilanne marjakaupassa onkin, että mustikkaa ostettaisiin paljon ja puolukkaa myytäisiin paljon. Ulkomaalaispoimijat keräävät myös lakkaa, jos sen poimintakausi ei häiritse mustikan poimintaa.

Maaseutuviraston MARSİ-tutkimuksen perusteella voidaan seurata vuosittaisia marjojen ja sienien kauppaa-antulomääriä. Mustikan kauppaa-antulomäärät ovat vaihdelleet vuosina 2010–2016 2,7–7,1 miljoonan kilon välillä. Puolukalla vastaava vaihteluväli samana aikana on 2,9–11,2 miljoonaa kiloa. Lakkaa on tullut kauppaan 100 000–250 000 kiloa. Viime vuosina mustikalle on riittänyt kysyntää, ja vastaavasti joinakin vuosina puolukan ostos on lopetettu ennen satokauden loppua, koska sitä on saattanut olla jo ennestään varastossa. Lakka menee pääasiassa kotimaan markkinoille ja sitä myydään runsaasti myös suoramyyntinä, joka ei kirjaudu MARSİ-tilastoon. Suomessa poimitaan kaupallisesti myös muita marjoja, kuten karpaloa, mesimarjaa, luonnonvadelmaa, variksenmarjaa ja pihlajanmarjaa, mutta niiden poimintamäärät ovat vähäiset mustikkaan ja puolukkaan verrattuna. Poimitut marjamäärät ovat tuplaantuneet sinä aikana, kun Suomeen on kutsuttu poimijoita Thaimaasta. Kaupallisista poimijoista noin 80 % on ulkomaalaisia. Suomalaiset keräävät edelleen paljon marjoja, mutta myyntiin niistä saadaan vain parisen prosenttia. Hyvää asiassa on se, että poiminta omaan käyttöön vähentää tarvetta ostaa tuontihedelmiä ja koituu sekä poimijan terveydeksi että kansakunnan eduksi.

Suomessa on tutkittu myös marjojen viljelyä ratkaisuna raaka-ainesaa-annin tasaiseen turvaamiseen. Tutkittavana on ollut lakan, karpalon, mustikan ja puolukan viljely. Viljelyko-keet eivät ole toistaiseksi johtaneet käytännön viljelyyn. Osin syynä ovat viljelyn kustannuk-set villin marjan poimintaan verrattuna, sen vaatima osaaminen ja villin luonnontuotteen hyvä imagoarvo, jota ei todennäköisesti voisi käyttää viljeltyjen marjojen markkinoinnissa.

Sienten kauppaa-antulomäärät ovat paljon marjamääriä pienempiä. Keltavahveron talteenottomäärä on vaihdellut vuosina 2010–2016 4 700 kilosta 39 200 kiloon, rouskujen noin 50 000 kilosta yli 285 000 kiloon ja tattien 61 600 kilosta 747 000 kiloon. Kaupallisesti kerätään myös muita sieniä, kuten matsutakea, mustatorvisieniä ja korvasieniä. Korva-

sienen kaupallinen poiminta on kuitenkin vähentynyt paljon menneistä vuosista, koska irtomyyynnissä pitää olla sienen myrkyllisyyttä koskevat merkinnät ja käsittelyohjeet. Tämä pelottaa osaa käyttäjistä eikä korvasientä välttämättä hyödynnetä juuri ravintoloissakaan, vaikka se on oikein käsiteltynä hyvä ruokasieni.

Sienten jalostustoimintaa on vaikea harjoittaa, jos liiketoiminta perustuu vain Suomessa kasvaviin luonnonsieniin. Riskiä liiketoiminnalle pienentää, jos voidaan käyttää viljeltyjä sieniä tai ulkomailta tuotuja sieniä. Itä-Suomessa onkin viime vuosina tutkittu kotimaisten ruokasienten helppoja kasvatusmenetelmiä SieVi-hankkeessa: kenttäkokeissa on ollut mukana mm. koivunkantosieni pölkkyssä kasvatettuna.

Luonnonmyrteiden raaka-aineketjut vaativat vielä paljon kehittämistä, jotta päästään marja- ja sienibisneksen tasolle. Käytännössä yrittäjät joutuvat rakentamaan raaka-ainehankintansa itse poimijoiden koulutuksesta alkaen. Raaka-ainetta voi kyllä tilatakin, mutta täytyy tuntea verkostot ja varautua siihen, että tilattua määrä ei saada kokoon. Kerättävistä yhteistyöpoimijoille maksettavat hinnat vaihtelevat kasvin ja vuoden mukaan ja hinnoista on vaikeaa saada tietoa. Kiinnostusta ammattimaiseen keruuseen on, mutta se edellyttää, että poimija voi kerätä suuria määriä ja yrttien vastaanotto on järjestetty toimivaksi. Luonnon-tuotealan kehittäjien tavoitteena on saada luonnonkasvien keruuseen hyvin toimivia raaka-aineverkostoja eri puolille Suomea ja yhteistyötä eri keruupisteiden kesken. Luonnon-tuotealan koordinaatiorahankkeen aloitteesta on tehty selvitys luonnonkasvien raaka-aineketjujen kehittämisestä. Suurempaa kysyntää olisi ainakin kuusenkerkälle, männynkuorelle, mesiangervolle, kanervalle, koivunlehdelle, mustikan lehdelle, nokkoselle, hillan lehdelle ja pakurille, joka on tosin lahottajasieni. Vain muutamia luonnonkasveja, kuten nokkosta, ruusujuurta ja väinönputkea, on otettu Suomessa viljelyyn. Muidenkin kasvien osalta olisi mahdollisuuksia, koska Luonnonvarakeskus on tutkinut paljon luonnonkasvien viljelyä.

Kuva 5. Luonnontuotealan edustajia maailman suurimmilla luomumessuilla Biofachissa Saksassa helmikuussa 2018. Kuvassa Arktisten Aromien esittelypisteessä toiminnanjohtaja Simo Moisio, Vavesaaren tilan yrittäjä Taina Laitinen, luomuasiantuntija Jaana Elo, Anne Ristioja ja messuesittelijä Malla Säkkinen. Kuva Birgitta Partanen.



3.2 Luomu

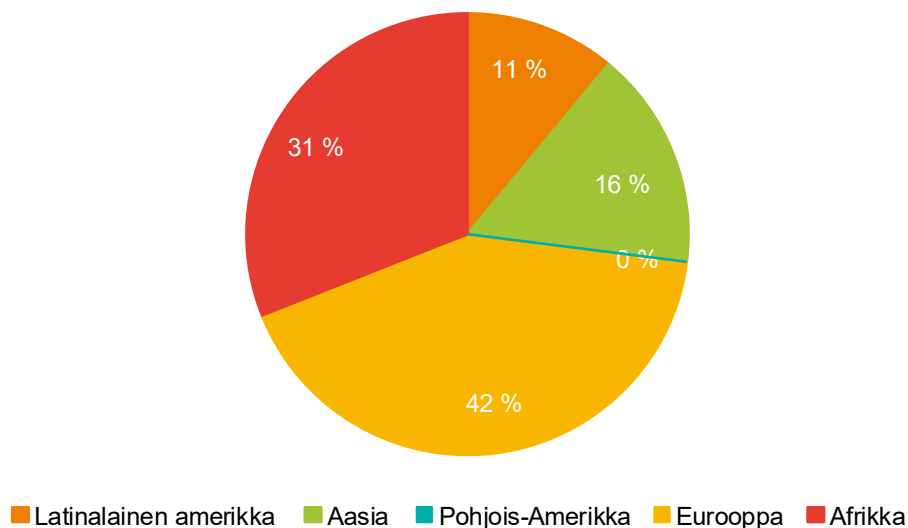
Luomuluonnontuotteiden kysyntä on kasvussa, kuten lähes kaikkien luomutuotteiden. Kasvua on sekä kotimaan että globaaleilla markkinoilla. Suomessa kysynnän kasvu on ollut viime vuonna yli 14 %, ja muuallakin Euroopassa noin kymmenen prosentin luokkaa. Myös Yhdysvaltain markkinoilla kasvu on yli kymmenen prosentin luokkaa.

Suomesta on mahdollista ostaa luomusertifioituna ainakin luonnonmarjoja, pakuria ja mahlaa. Myös sieniiä ja luonnonkasveja on mahdollista saada luomulaatuisena, mutta toistaiseksi kaupankäynti niiden osalta on vähäistä. Suurin merkitys onkin luomumarjakaupalla. Suomen luomumarjamäärät vaihtelevat paljon sen mukaan, tuleeko pohjoiseen hyvä sato vuosi vai ei. Tämä johtuu siitä, että vain Pohjois-Suomessa on tällä hetkellä laajoja luomusertifioituja keruualueita. Jos Pohjois-Suomessa saadaan hyvä marjasato, luomumarjaa saadaan parhaimmillaan talteen lähes viisi miljoonaa kiloa. Sekä mustikkaa, puolukkaa että lakkaa kerätään luomusertifioituna. Varsinkin luomumustikalle on tilausta, ja sitä käytetään paljon myös kotimaisiin luomujalosteisiin. Poimija ei ole toistaiseksi saanut luomumarjasta parempaa hintaa tavanomaiseen marjaan verrattuna, mutta lisäarvoa saadaan jalostamalla raaka-aine luomujalosteiksi.

Suomessa on maailman suurin luonnontuotteiden luomukeruualue, vuoden 2018 tilaston mukaan 11,6 miljoonaa hehtaaria. Alueeseen kuuluu koko Lappi sekä muutama Koillismaan ja Kainuun alueen kunta. Alue on noin 30 prosenttia koko maailman luonnontuotteiden luomukeruualueesta, joka on noin 39 miljoonaa hehtaaria. Luomukeruualueen suuruutta kuvaa myös se, että se on 40 prosenttia Suomen maapinta-alasta. Luonnontuotteiden luomukeruualueet ovat kasvaneet erityisesti Pohjois-Amerikassa, jossa niitä ei ole ollut aiemmin nimeksikään. Myös luomun kysyntä on siellä kasvanut yli kymmenen prosenttia, joten on todennäköistä, että tuotteet menevät oman maan tarpeisiin. Kansainvälisissä luomutilastoissa villien luomuluonnontuotteiden tilastoluokassa ovat mukana myös mehiläishoitoalueet (beekeeping areas) eli lähinnä villinä kasvavat luonnonalueet, joille ei tehdä mitään viljelytoimenpiteitä.

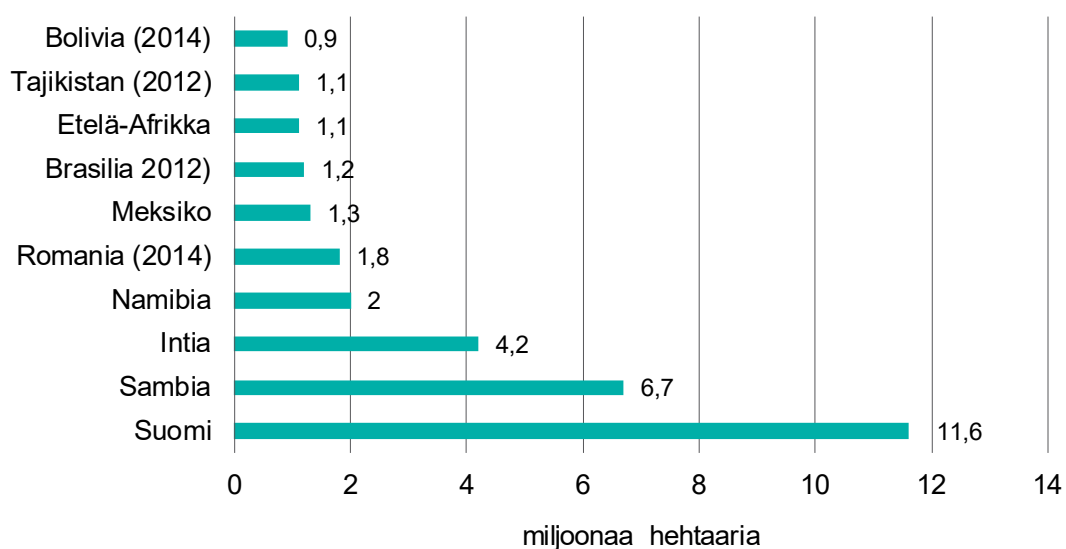
Kuva 6. Maailman luomukeruualueiden prosenttiosuudet, Lähde: FiBL survey 2018.

Luomukeruualueiden ja mehiläishoitoalueiden
(beekeeping) jakautuminen maanosittain 2016



Kuva 7. Kymmenen suurinta luomukeruu- /mehiläishoitoaluetta (luonnonalueet) vuonna 2016. FiBL survey 2018.

Luomukeruualueiden ja mehiläishoitoalueiden
(beekeeping) jakautuminen maittain 2016



3.3 Terveystuotekaupan trendit 2018 ja kasvunäkymät

Terveystrendi on maailmalla vahva ja se näkyy myös terveystuotekaupassa. Muita näkyviä terveyden ja kuluttamisen trendejä ovat veganismi, luomu, luonnonmukaisuus, viljojen vähentäminen, ostamisen helppous, kasvipäiset ravintolisät, funktionaalinen ruoka ja probiootit. Suosittua on myös pakkausjätteen vähentäminen ja kierrätys. Terveyskaupan asiakkaiden kiinnostuksen kohteena ovat myös luonnonkosmetiikan alkuperä- ja etiikkänaökulmat, biohakkerointi, eri terapiamuotojen suosio ja adaptogeenit. Biohakkerointia tehdään mittaamalla omaa terveydentilaa uusien välinein ja teettämällä esimerkiksi geenitestejä. Adaptogeenia eli elinvoimaa lisäävistä kasveista tai sienistä suosittuja ovat esimerkiksi ginseng, Intian ginseng eli ashwagandha sekä Pohjoismaissa kasvuva ruusujuuri. Suosittuja terveystuotteen tuotteita ovat tällä hetkellä kurkuma, inkivääri, pakuri, suihkemuotoinen D-vitamiini ja muutkin suihkeet, kollageeni ja rasvakahvi. Terveystuotteiden edustajat arvioivat marjojen, sienien ja villiyrttien suosion edelleen kasvavan. Kuluttaja arvostaa tuotteiden puhtautta, kotimaisuutta ja eettisyyttä. Yleinen suuntaus on, että terveystuotteen asiakas haluaa vähentää kemikaalikuorman minimiin. Luonnonmukaisen tuotteen edustajat arvioivat myös, että koululääketieteen ja CAM-hoitotojen integrointi etenee. CAM-hoidot eli luonnonhoidot tarkoittavat täydentäviä ja vaihtoehtoisia hoitomuotoja (complementary and alternative medicine).

3.4 Kansainvälisyys luonnonmukaisuusalalla

Suurin osa suomalaisista luonnonmukaisuusalan yrityksistä toimii kotimarkkinoilla, mutta mitä suurempi yritys, sitä todennäköisempää on, että sillä on myös vientiä. Jos luonnonmukaisuusalan verrataan muuhun pk-yrityskenttään, alalla vientiä harjoittaa useampi yritys kuin muilla toimialoilla. Lähes kaikilla alan kärkiyrityksillä on myös vientiä.

Kaupallinen marjanpöiminta on lähes kaksinkertaistunut ulkomaalaisen marjanpöiminnan myötä kymmenessä vuodessa, mikä on osaltaan mahdollistanut alan yritysten kasvua ja panostamista vientiin. Varsinkin mustikalle on kasvavaa kysyntää erityisesti Aasian markkinoilla, mutta myös muun muassa Lähi-idässä, jossa varakkaampaa kuluttajaa kiinnostavat terveyttä edistävät tuotteet. Mustikka on Aasiassa selvästi tunnetumpi ja arvostetumpi marja kuin puolukka. Karpalon voimakas markkinointi on tehnyt sitä tunnetuksi, mutta puolukka on monille tuntematon. Toisaalta Aasiassakaan ei vielä juuri tiedetä pensasmustikan ja metsämustikan eroista. Suomalaisen tulisi kertoa ahkerasti tarinaa siitä, mitä terveydellisiä eroja on suomalaisessa metsämustikassa (Billberry) verrattuna pensasmustikkaan (Blueberry). Arktiset Aromit on tehnyt mustikasta kansainvälisen esitteen, jossa näitä eroja kuvataan ja jossa myös kerrotaan mustikkaa markkinoivien suomalaisyritysten yhteystiedot. Vastaava esite on tehty puolukasta. Mustikkamarkkinoita sekoittaa erityisesti se, että markkinoilla liikkuu tuoteväarennöksiä, ja pensasmustikkaa myydään metsämustikkana tai kyseessä voi olla tuote, jossa ei ole mustikkaa nimeksikään.

Suomalaisen elintarvikeyritysten kansainvälistymistä on edistänyt erityisesti Business Finlandin (ent. Finpro) vientiohjelma Food from Finland. Ohjelman tapahtumissa on ollut mukana jo 130 elintarvikeyritystä ja joukossa myös useita luonnonmukaisuusalan yrityksiä (mm.

Kiantama Oy, Kaskein Marja Oy, Arctic Birch, Aberry, Puhdistamo Real Foods Oy, Roberts Oy ja sieniyritys Kaavi Porcini Factory). Food from Finland -kasvuohjelman kohdealueet ovat Skandinavia, Baltia, Saksa, Kiina, Etelä-Korea, Japani, USA ja Lähi-itä. Vientiohjelman rinnalla on toteutettu Finnish Food Innovation -hanketta, jonka asiantuntijoiden avulla yritykset ovat saaneet sparrausta vientiin erityisesti tuotekehityksessä. Elintarvikkeiden vientiin kohdistuvan Eviran neuvontahankkeen kautta yrittäjät ovat voineet saada tietoja ja opastusta vientiin liittyvistä viranomaisvaatimuksista. Tarve tällaiselle tiedolle on suuri, koska vienti kiinnostaa yhä useampaa yrittäjää ja kohdemaiden kirjo on kasvanut viime vuosina paljon.

3.5 Luonnontuotteiden vienti ja tuonti

Luonnontuotteiden viennistä ja tuonnista saa tietoa vuosittain julkaistavan MARS-tutkimuksen tilastoista (www.mavi.fi/MARS). Tiedot luonnontuotteiden, erityisesti marjajalosteiden, viennistä ovat tarkentuneet viime vuosina, kun mm. Arktiset Aromit ry on toteuttanut vientiin kohdistuvaa hanketta. Marjojen poimintamäärien kaksinkertaistumisen myötä myös vientiin on saatu enemmän tuotteita. Mustikan suosio on kasvanut voimakkaasti erityisesti Aasian markkinoiden kasvaneen kiinnostuksen myötä. Ongelmana on suomalaisten kannalta ollut se, että vienti on kohdistunut lähinnä alhaisen jalostusasteen tuotteisiin, kuten pakastettuihin ja puhdistettuihin marjoihin, ja vientimaassa niistä on tehty esimerkiksi mustikkauutekapseleita silmäsairauksien ehkäisyyn. Muutaman viime vuoden aikana markkinoille on onnistuttu saamaan kiitettävästi jalostettuja tuotteita ja premium-luokan tuotteita, joista saadaan jäämään myös jalostuksen tuottama lisäarvo Suomeen.

Jäädetytjen ja puhdistettujen marjojen vienti on yli kaksinkertaistunut tällä vuosituhanella, ja viennin arvo on noussut yli 25 miljoonaan euroon. Arktisten Aromien selvityksen mukaan jalostettujen marjatuotteiden vientiarvo viime vuonna oli jo noin kymmenen miljoonaa euroa. Tämä suuntaus mitä todennäköisimmin jatkuu, sillä Business Finlandin kautta saadun markkinatiedon mukaan Suomesta halutaan nimenomaan terveystuotteita, luomutuotteita ja myös erityiskuluttajaryhmille, kuten lapsille tai vanhuksille kohdennettuja tuotteita. Uusia vientimahdollisuuksia avautuu myös mm. kauratuotteiden kysynnän kasvun myötä yhdistelemällä marjatuotteita puhdaskauratuotteisiin. Viime vuosina myös suomalainen marjoja raaka-aineenaan käyttävä alkoholiteollisuus on onnistunut viennissä.

Kuva 8. Luonnontuotealan mahdollisuudet vientimarkkinoilla (Business Finland)



Mustikkaa ja puolukkaa menee vientiin pääosin jäädytettynä. Mustikkaa viedään jäädytettynä erityisesti Kiinaan, Japaniin ja Ruotsiin. Tuoremarjaa viedään enimmäkseen Ruotsiin, jossa se jäädytetään ja puhdistetaan. Myös tuoretta puolukkaa viedään Ruotsiin, mutta muualle puolukka menee jäädytettynä. Viennin arvonn kannalta tärkeimpiä maita ovat Ruotsi, Etelä-Korea, Iso-Britannia, Alankomaat, Sveitsi, Saksa ja Ranska. Vientimaiden määrä on kasvanut viime vuosina, ja luonnontuotteita tai luonnontuotejalosteita viedään jo yli kolmeen kymmeneen maahan. Viime syksynä julkaistusta Arktisten Aromien vientiselvityksestä saa hyvän käsityksen viennin nykytilasta (Suomalaisten metsämarjojen talteenoton, jalostuksen ja markkinoinnin kehitys. Arktiset Aromit. Simo Moisio. <http://www.arktisetaromit.fi/binary/file/-/fid/3602>)

Suomeen myös tuodaan luonnonmarjoja, mm. mustikkaa ja karpaloa. Jäädytettyä mustikkaa tuodaan erityisesti Ruotsista. Tämä selittyy osin sillä, että iso osa marjoista puhdistetaan Ruotsissa ja marja tulee vasta jäädytyksen ja puhdistuksen jälkeen Suomeen.

4 Toimialan suurimpia yrityksiä

Luonnontuotealalla on vain muutamia keskisuuria ja suuria yrityksiä. Suurimpia marjayrityksiä ovat Polarica Oy, Kiantama Oy, Marja Bothnia Berries Oy, Toripiha Oy ja Arctic International Oy. Polarica Oy on Euroopan suurin luonnontuotteiden jalostaja ja sillä on toimipaikkoja Suomessa, Ruotsissa ja Puolassa. Jalostavassa teollisuudessa on sen sijaan useampia isoja toimijoita, kuten Valio, Saarioinen, Maustaja ja Nestle, mutta luonnontuotteet muodostavat niiden liiketoiminnasta vain murto-osan.

Ravintolisiin ja ns. superfoodeihin erikoistuneet yritykset ovat onnistuneet viime vuosina kasvattamaan sekä liikevaihtoaan että henkilöstöään. Näistä mainittakoon Puhdistamo Real Foods Oy, Cocovi Oy, Valioravinto Oy sekä kauppaketju Ruohonjuuri. Pääosa niiden valikoimasta on tuontitavaraa, mutta taulukkoon on otettu muutama yritys esimerkiksi siitä, miten ravintolisiä markkinoille joko välittävät tai valmistavat yritykset ovat onnistuneet liike-toiminnassaan. Valioravintoa lukuun ottamatta kyse on yrityskentällä melko uusista toimijoista ja kasvavasta liiketoiminta-alasta.

Taulukkoon on koottu esimerkkinä toimialan suurimpia yrityksiä ja niiden henkilöstömääriä. Tiedot on koottu vuoden 2016 ja 2017 tilinpäätöstiedoista. Mukana taulukossa on myös yrityksiä, joiden liiketoiminnasta luonnontuotteet muodostavat vain osan: tilastolliseen tarkasteluun on otettu mukaan kuitenkin vain yritykset, joiden liiketoiminnasta luonnontuotteet muodostavat pääosan.

Taulukko 2. Toimialan suurimpia yrityksiä. Lähde: Asiakastieto 2018.

Yrityksen nimi	Liikevaihto €	Henkilöstö	Konsernin nimi
Polarica Oy*	42406000		Polarica
Dermoshop Oy*	26698000	54	Dermoshop
Ruohonjuuri Oy*	19552000	19	
MarjaBothniaBerries Oy	10609000	9	Marja Bothnia Berries
Oy Roberts Ab*	9426000	26	
Valioravinto Oy*	8764000	21	
Arctic International Oy	8455000	36	
Kaskein Marja Oy	7964000	24	
Leader Snack Factory Oy*	7392000	32	Leader Foods
Puhdistamo Real Foods Oy	7078000	40	
Aromtech Oy	5569000	25	
Hunajayhtymä Oy	3669000	8	Hunajayhtymä
Mesimestari Oy	2264000	3	
Toripaha Oy	2108000	3	
Tessacraft Oy	1856000	5	
Dalla Valle Oy	1706000	5	
Ravintorengas Oy	1438000		
Petri Lehtiniemi Oy	1241000	3	
Kiantama Oy	1225000	39	
Korvatunturin Marja Oy	1175000	26	Marja Bothnia Berries
Marja Carelia Oy	1138000	9	
Marjasu Oy	1070000	4	
Repolar Pharmaceuticals Oy	956000	6	
Nordic Koivu Oy	902000		
Korpiahon Hunaja Oy	728000	5	
Detria Oy	696000		
Ambroline Oy	671000	3	
Marjamarkkinointi Kauko Pesonen Oy	643000		
Kainuun Tuote Oy	544000	19	Marja Bothnia Berries
Lapin Sara Oy	511000	4	
*= taulukossa kuriositeettina mukana yrityksiä, joiden liiketoiminta pitää sisällään muutakin kuin luonnontuotteita: yritys mukana tilastoanalyysissä vain, jos pääosa liiketoiminnasta tulee luonnontuotteista			

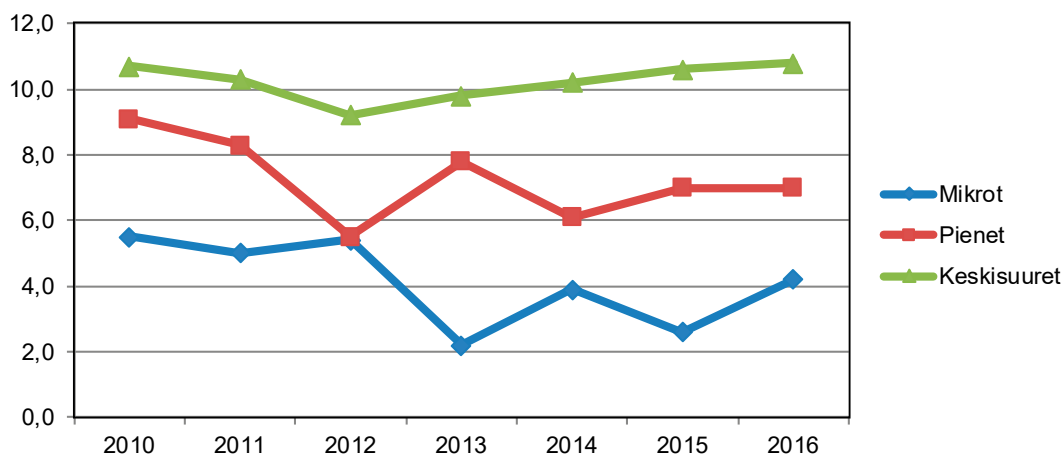
5 Alan yritysten taloudellinen tilanne

5.1 Kannattavuus

Yrityksen tärkeimpänä toimintaedellytyksenä pidetään kannattavuutta. Heikko kannattavuus merkitsee sitä, että yritys tuottaa tappiota ja syö omaa pääomaansa. Kannattavuuden tunnuslukuina käytetään käyttökateprosenttia ja liiketulosprosenttia. Käyttökateprosentti kertoo, kuinka paljon yrityksen liikevaihdosta jää katetta, kun siitä vähennetään yrityksen toimintakulut. Teollisuudessa käyttökatteet vaihtelevat 5–20 prosentin välillä ja kaupassa 2–10 prosentissa. Luvulle ei ole tavoitearvoa, mutta luonnontuotealan yrityksissä lähellä kymmentä prosenttia olevia lukuja voidaan pitää hyvänä tasona. Luonnontuotealalla käyttökateprosentit vaihtelevat paljon sekä yrityskoon että toimialan ryhmittymisen mukaan.

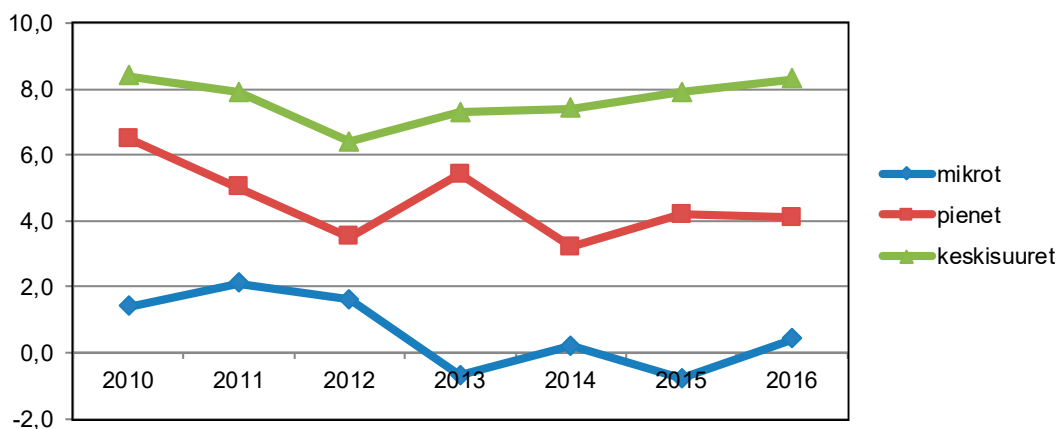
Luonnontuotealan käyttökateprosentit vaihtelevat paljon yrityskokoluokittain. Parhaimmat luvut ovat keskisuurilla yrityksillä, keskimäärin yli 10 prosenttia. Pienillä yrityksillä luku vaihtelee 6–8 prosentin välillä ja mikroyrityksillä se on alle 4 prosenttia. Kaikissa yrityskokoluokissa käyttökateprosentit notkahtivat vuoden 2010 jälkeen, mutta ovat taas vähitellen nousussa.

Kuva 9. Luonnontuotealan yritysten käyttökateprosentit yrityskokoluokittain 2010–2016. Lähde: Tilastokeskus.



Liiketulosprosentti kertoo, kuinka paljon varsinaisen liiketoiminnan tuotoista jää jäljelle ennen rahoituseriä ja veroja suhteutettuna liikevaihtoon. Liiketulosprosenttia pidetään hyvänä, jos se on yli 10 %. Tulos on tyydyttävä välillä 5–10 % ja heikko, kun se on alle 5 %. Liiketulosprosentti vaihtelee yrityskokoluokittain. Paras prosentti on keskisuurilla yrityksillä, noin 8 %. Pienillä yrityksillä liiketulosprosentti on lähellä neljää prosenttia ja mikroyrityksillä se on viime vuosina painunut lähelle nollaa. Kaikissa kokoluokissa prosentti näyttää vuoden 2015 jälkeen paranevan.

Kuva 10. Luonnontuotealan yritysten liike-tulosprosentit yrityskokoluokittain 2010–2016. Lähde: Tilastokeskus.

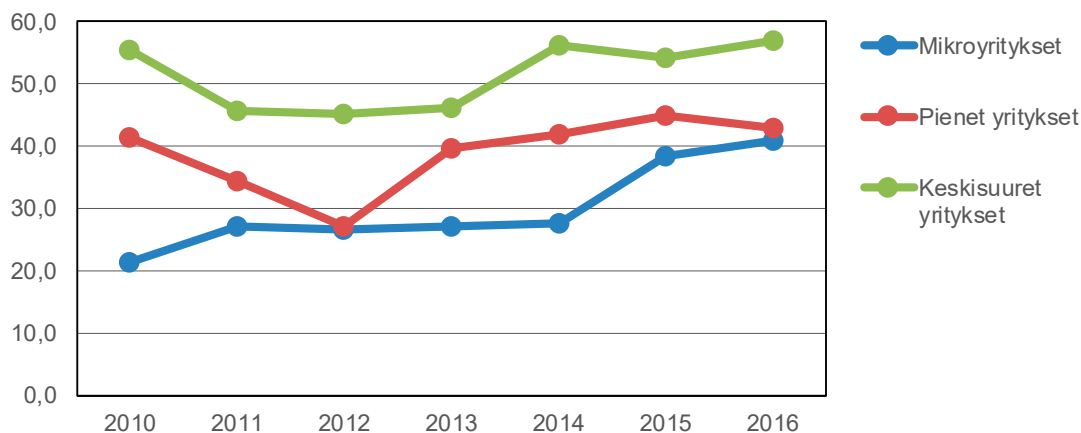


5.2 Vakavaraisuus ja kausirahoitus

Omavaraisuusaste mittaa yrityksen vakavaraisuutta, tappion sietokykyä ja kykyä selviytyä sitoumuksista pitkällä tähtäimellä. Tunnusluvun arvo mittaa, kuinka suuri osuus yhtiön varallisuudesta on rahoitettu omalla pääomalla. Mitä korkeampi on yrityksen omavaraisuusaste, sitä vakaammalle pohjalle yrityksen liiketoiminta perustuu. Omavaraisuusastetta pidetään hyvänä, jos se on yli 40 %. Tyydyttävänä pidetään 20–40 %:n tasoa ja heikkona alle 20 %.

Keskisuurilla luonnontuotealan yrityksillä omavaraisuusaste on hyvä, yli 50 %. Myös pienten yritysten omavaraisuusaste on noussut ja on hyvällä tasolla yli 40 %:ssa. Mikroyritysten omavaraisuusaste oli 2010-luvun alussa alle 30 prosentin, mutta on vuoden 2014 jälkeen noussut noin 40 %:iin, ja on siis sekin hyvällä tasolla.

Kuva 11. Luonnontuotealan yritysten omavaraisuusaste-% yrityskokoluokittain 2010–2016. Lähde: Tilastokeskus.



Luonnontuotealan toiminta vaatii pääomia, kun koko vuoden raaka-ainetarve on hankittava yleensä muutaman kuukauden aikana. Lisäksi erityisesti marja-alan yrityksillä varoja kuluu poimijoiden majoitustilojen ja kuljetuskaluston järjestämiseen. Jos tuotetta ei saada heti satokauden jälkeen myyntiin, myös varastoihin sitoutuu pääomia. Tämän takia maa- ja metsätalousministeriö on maksanut luonnonmarjoille ja sienille varastointitukea vuodesta 1997 lähtien. Rajoituksena on ollut, että tukea maksetaan vain pohjoisen tuen alueella poimitusta ja varastoidusta luonnonmarjoista ja -sienistä. Tuen suuruus vaihtelee 10–34 senttiin kilolta siten, että korkeampaa korvausta maksetaan vain lakalle. Sienten varastointituki on enintään 42 senttiä kilolta. Tukea maksetaan eniten puolukalle ja mustikalle, ja tuen piirissä on viime vuosina ollut noin parikymmentä yritystä. Tuen kokonaismäärä on pysynyt pitkään melko vakiona, alle miljoonassa eurossa.

6 Toimialan asema ja merkitys tulevaisuudessa

6.1 Analyysiä ja näkymiä toimialan tulevaisuudesta

6.1.1 Ruokatrendit ja luonnontuotteet

Kasvisruuan suosio on kasvanut sekä Suomessa että maailmalla. Tähän vaikuttaa paitsi ympäristötietoisuus, myös vallitseva terveystrendi. Viime vuosina kuvaan on tullut erityisesti kaikkea eläinperäisiä tuotteita välttelevä vegaaniruokavalio, jossa ruoantuotannon eettisyydellä on suuri merkitys. Kestävä ruoantuotanto on myös luomutuotteita suosivan kuluttajan valintojen perusteena. Erityisruokavalioista suosittuja ovat gluteeniton, soijaton, sokeriton ja laktoositon ruokavalio. Aina valinnan perusteena ei ole ruoka-aineallergia tai muu lääketieteellinen syy, vaan ruokavaliolla voidaan myös erottautua muista. Ruokatrendeistä voisi mainita myös ns. fitness food -ruuat, jotka ovat enimmäkseen proteiinipitoisia purjelöitä tai juomia. Vaikka olemmekin tottuneet Suomessa noudattamaan ruokavalinnoissamme ns. lautasmallia, henkilökohtainen ruokavaliosuunnittelu on valtaamassa alaa, ja siihen on jo kehitelty myös sovelluksia. Ruokavalinnat yksilöllistyvät ja elämyksellisyys lisääntyy. Luonnontuotealan kannalta on positiivista, että lähes kaikki vallitsevat ruoka- ja terveystrendit puoltavat luonnontuotteiden kulutuksen kasvattamista. K-ruokakaupan tietojen mukana marjojen kulutus lisääntyi 27 % vuoden 2017 aikana, ja samoin nousussa olivat kauratuotteet (lisäys 46 %), luomutuotteet (11 %) ja välipalatuotteet (7 %).

Ravintolaruokailussa suosittua on kotimaisuus, kausituotteet, ruoan alkuperä ja puhtaus. Trendikästä on käyttää mm. suoraan luonnosta kerättäviä villiyrtejä keväällä ja alkukesällä niiden ollessa parhaimmillaan. Vuoden 2018 ravintolatrendeihin kuuluvat myös syötävät kukat, ruokahävikin pienentäminen, sokeristen jälkiruokien korvautuminen luonnollisesti makeilla raaka-aineilla sekä terveellisyys optimointi.

6.1.2 Kosmetiikankin pitää olla luonnonmukaista

Kosmetiikkatuotteiden sisältämät mikromuovit ovat olleet viime aikoina vilkkaan keskustelun kohteena. Euroopan kosmetiikkateollisuutta edustava Cosmetics Europe esitti jo vuonna 2015, että mikromuovien käytöstä luovutaan vuoteen 2020 mennessä, koska niille on olemassa ympäristöystävällisempiä vaihtoehtoja. Monelle on tullut yllätyksenä se, että laadukaskin tavanomainen kosmetiikka eli esimerkiksi hankaava tai pestävä kuorintavoide voi sisältää muovia. Siksi kuluttajat kiinnittävät kosmetiikkavalinnoissaan entistä enemmän huomiota tuotteiden luonnonmukaisuuteen. Pelkkä raaka-aineiden luonnonmukaisuus ei enää riitä, vaan myös pakkauksilta toivotaan kierrätettävyyttä. Suomalainen kuluttaja ei ole toislaiseksi vaatinut kauneustuotteilta sertifikaatteja, koska meillä on melko helppo selvittää, millaisesta yrityksestä tai tuotteesta on kysymys. Sertifikaatit ovat globaalissa kosmetiik-

kakaupassa kuitenkin usein välttämättömyys. Koska sertifikaatit tulevat pienelle kosmetiikka valmistavalle yritykselle kalliiksi, niiden käyttöä harkitaan tarkoin ja niihin sitoudutaan vasta, jos kauppa tai kuluttaja sitä edellyttää.

Sertifikaattien valintaa on vaikeuttanut niiden suuri määrä ja vaikea vertailtavuus. Globaalisti luonnonkosmetiikkamarkkinoilla keskustelussa on ollut ns. viherpesu eli tuotteen esittäminen luonnonkosmetiikkana, vaikka se ei sitä todellisuudessa ole. Harva kuluttaja tuntee kosmetiikan ainesosat niin tarkoin, että pystyy suoraan päättämään niiden luonnonmukaisuutta: juuri tämän takia sertifikaattien kysyntä on lisääntynyt.

Kuva 12. Luonnonkosmetiikan sertifikaatteja.



Suomessa pystytään tuottamaan kosmetiikkatuotteiden raaka-aineiksi mm. mahlaa, marjauutteita, marjajauheita ja marjansiemenöljyä sekä pakuriuutetta. Lisäksi kosmetiikan raaka-aineena voidaan käyttää useita muitakin kasviuutteita, mm. koivunlehti-uutetta, tyrninlehti-uutetta tai männynkuoriuutetta. Suomi ei ole toistaiseksi profiloitunut luonnonkosmetiikan huipputuottajaksi eteläisten naapureiden, Latvian ja Viron, tapaan.

6.1.3 Edelläkävijät valitsevat vastuullisuuden

Nykyisin varsinkin suuret yritykset raportoivat yritysvastuusta. Yritysvastuuasioiden pitäisi kuitenkin olla kaikkien yritysjohtajien agendalla. Yritysvastuu tarkoittaa yksinkertaisesti yritysten velvoitetta toimia kaikin tavoin vastuullisesti: yritystoimintaa ohjaavat lait ja asetukset sekä kansainväliset sopimukset ja yritys huomioi työntekijöiden oikeudellisen aseman. Vastuullisuuden merkitys on kasvanut, ja yritykset korostavat sitä esimerkiksi brändinsä rakentamisessa. Suuri merkitys on ollut myös sellaisilla organisaatioilla kuin Finnwatch, jotka ovat tuoneet epäkohtia julki ja kirittäneet yrityksiä vastuullisuustyössä. Kansainvälisillä markkinoilla vastuullisuutta osoitetaan sertifikaatein. Moni yritys on huomannut, että vastuullisuus on myös talouden kannalta paras valinta: väärinkäytökset, kuluttajien pettäminen ja työntekijöiden huono kohtelu voivat näkyä menetettynä maineena ja taloudellisina tappioina useita vuosia. Pienikin yritys voi osoittaa vastuullisuutta, vaikka sillä ei olisi resursseja sertifiointeihin: toiminnasta voi tehdä muulla tavoin läpinäkyvää ja ottaa asiakkaat mukaan todentamaan vastuullisuutta. Suomalaisissa luonnontuotealan kärkiyrityksissä yhteiskuntavastuuta osoitetaan mm. sertifikaatein (ISO 26000).

6.1.4 Ympäristövaikutusten arviointi tulee – oletko valmis?

Tulevaisuudessa on tärkeää, että tuotteelle pystytään tekemään ympäristövaikutusten elinkaariarviointi. EU:ssa testataan parhaillaan tuoteryhmäkohtaisia ohjeita tämän arvioinnin tekemiseksi. Perimmäinen tavoite on, että oikeasti kestävät tuotteet erottuisivat markkinoilla ja yritys saisi etua siitä, että se edistää ympäristöystävällistä kulutusta. Elinkaariarviointi voi auttaa yritystä kehittämään ympäristöystävällistä tuotetta tai poistamaan valikoimastaan ympäristöä haittaavat tuotteet. Arvioinnin yhtenäistämisen tarpeellisuutta lisää se, että markkinoilla liikkuu kymmeniä erilaisia ympäristömerkintöjä, joista kuluttajan on vaikea ottaa selvää. Jatkossa arvioinnin on tarkoitus perustua todelliseen tuotantoketjusta kerättävään tietoon.

Luonnonvarakeskus on kehittänyt EcoModules-työkalun, jonka avulla voidaan arvioida biotaloustuotteiden elinkaarisia ympäristövaikutuksia alkutuotannosta teollisuuteen ja kauppaan asti. Työkalulla voidaan arvioida mm. tuotteen ilmastovaikutuksia ja rehevöittäviä vaikutuksia. Jatkossa mukaan tulee myös vesijalanjälki. Mallien pohjana ovat olleet alkutuotannon tuotteet, joten on vielä epäselvää, miten hyvin näitä arviointityökaluja voitaisiin hyödyntää luonnontuotteisiin. Työkalua voidaan soveltaa elintarvike- ja metsäalan tuotteisiin.

6.1.5 Digitalisaatio jo arkipäivää

Digitalisaation tulo kaikkeen yritystoimintaan on ollut yksi viime vuosien isoista ja nopeista muutoksista. Asiakastietojen, tilausten, palautteiden ja monen muunkin toimistotyön käsittely on muuttunut sähköiseksi, ja sitä kautta on vapautunut aikaa muuhun yritystoimintaan. Muun ajan täyttävät nykyisin somepäivitykset eri kanaviin ja jatkuva online-palvelu, joten yrittäjä on saanut huomata, että digitalisaatio paitsi helpottaa työtä, myös toisaalla lisää sitä. Yritysten kannalta olennaista on, että henkilökunnalla on riittävästi osaamista ja käsitys siitä, mihin kanavaan kannattaa aikaansa käyttää. Se, missä yrityksillä on parantamisen varaa, on ns. big datan eli esimerkiksi kerätyn asiakastiedon analysointi ja parempi hyödyntäminen. Tätäkään ei nykyisin tarvitse tehdä itse, vaan voi turvautua palveluihin, jotka sekä keräävät että analysoivat tiedon yrittäjälle ymmärrettävään muotoon. On hyvä muistaa, että digitaalisilla työkaluilla ja järjestelmillä parannetaan parhaimmillaan palvelua tai tuotteita.

Aiempiä vuosina tehtyjen pk-yritysbarometrikyselyiden perusteella luonnontuotealan yritykset ovat ottaneet muiden toimialojen yrityksiä enemmän käyttöönsä digitaalisia työkaluja. Yleisimpiä käyttötapoja ovat sosiaalisen median käyttö ja verkkokaupat markkinoinnissa.

6.1.6 Sopimuksin tuloa luonnontuotteista

Metsästä saadaan useita tuotteita, joiden keruuseen tarvitaan maanomistajan lupa. Tällaisia ovat mm. mahla, pakuri, pihka, kuusenkerkät ja yrttien kaupallinen keruu. Metsänomistajan on mahdollista myös itse hyödyntää oman metsänsä tuotteita. Luvanvaraisten luonnontuotteiden sadon lisääminen on metsänomistajan kannalta mielekkäämpää, koska hyödyt saadaan itselle. Hyvä esimerkki tällaisesta luonnontuotteen sadon edistämistoimesta on pakurikäävän lisäys terveeseen puuhun. Pakurin keinotekoisella lisäyksellä voidaan saada vajaatuottoiset metsät tuottavammiksi. Pakurin lisäyskään ei ole täysin riskitöntä, sillä sieni vaatii noin viiden vuoden kasvatusajan, ja markkinahinnat voivat muuttua tällä välillä. Halpaa pakuria tuodaan paljon ulkomailta, joten kotimainen pakuri kannattaa jalostaa erikoistuotteiksi. Pakuri on hyväksytty elintarvikepuolella vain tee- ja ravintolisäkäyttöön, mutta sitä käytetään nykyisin myös kosmetiikassa. Pihkaa voidaan valuttaa päätehakkuu-metsiköistä tai kerätä kiinteässä muodossa vanhemmista metsistä. Suomessa mahlan keruu on lisääntynyt viime vuosina huomattavasti. Mukaan on tullut yrittäjiä, jotka ovat organisoineet keruun metsänomistajilta ja jatkokäsittelyn. Mahlan kysyntä on kasvussa, koska sitä käytetään sekä juomien että luonnonkosmetiikan raaka-aineena. Viro, Latvia ja Ukraina tuottavat myös mahlaa ja lisäksi luomulaatuisena. Luomusertifikaatti lisää selvästi mahlan kaupallistamismahdollisuuksia.

6.1.7 Terveysmetsä, hyvinvointimetsä – metsäjoogaa ja puunhalausta

Metsänomistajakunta ja sen arvostukset muuttuvat. Kaupungissa asuva metsänomistaja ei välttämättä tavoittele metsäomaisuudellaan parasta puuntuottoa, vaan haluaa hyödyntää metsää esimerkiksi hyvinvoinnin lähteenä. Toisaalta käytännössä on havaittu, että hy-

vin hoidettu talousmetsä on usein myös helppo ja miellyttävä liikkua ja siten oivallinen retkeilykohde. Suomessa on vielä toistaiseksi kaupallistettu heikosti metsien terveysvaikutukset. Tämä on valitettavaa, koska meillä on tehty metsän terveys- ja hyvinvointivaikutuksista paljon tutkimusta. Suomen metsien luomukeruualueiden käyttöä matkailun vetonaulana kehittävät vasta Etelä-Savon alueen matkailuyrittäjät. Suomessa yleisesti käytössä oleva PEFC-metsäsertifiointi on Etelä-Euroopassa kaupallistettu matkailijoille tarjottaviksi ulkoilma-aktiviteeteiksi. Olemme muutoinkin osanneet innovoida heikosti metsätoimintaympäristön tarjoamia puitteita, vaikka Suomi on Euroopan metsäisin maa ja globaalistikin sijalla kymmenen. Muutamia ilahduttavia palveluideoita jo löytyykin, esimerkiksi metsäjoogaa ja puunhalausta, mutta vielä on runsaasti tilaa uusille avauksille.

6.1.8 Luomu, luomu, luomu

Maailman suurimmilla luomumessuilla tajuaa, miten ylivoimainen asema Suomella on luonnontuoteluomussa. Suomi paistattelee maailman kärjessä maana, jossa on eniten luonnontuotteiden luomukeruualueita. Ala on lähes 12 miljoonaa hehtaaria ja antaa siten mahdollisuuksia kerätä useita eri luonnontuotteita luomusertifioituna. Toistaiseksi alaa on hyödynnetty merkittävästi vasta luonnonmarjojen poimintaan ja mahan keräykseen. Suomen metsissä käytetään vain vähän luomussa kiellettyjä käsittelyjä, kuten kantokäsittelyä urealla tai keinolannoitusta. Mahdollisuudet lisääntyisivät vielä nykyisestä, jos urea vaihdettaisiin luomussa hyväksyttyyn harmaaorvakka-sieneen. Kantojen käsittelyllä torjutaan juurikääpää, joka on vähitellen levinnyt pohjoista kohti. Metsien lannoitus lisääntyy, mutta hyvää on se, että luomussa hyväksytty puun tuhka on myös lisännyt suosiotaan metsälannoitteena.

Luonnontuotealan yritysten toive on, että luomukeruualueita saataisiin myös muille alueille kuin pohjoiseen. Tämä varmistaisi luonnontuotealan yrityksille luomuraaka-aineen saannin myös tilanteessa, jossa sato jää pohjoisessa vähäiseksi. Luomualueiden laajentaminen etelämmäs edellyttää saumatonta yhteistyötä metsäsektorin kanssa ja muutoksia urean käyttöön. Luomualueiden todentamisessa onnistutaan toivon mukaan tulevaisuudessa hyödyntämään digitaalisia menetelmiä. Suomi voisi profiloitua paitsi Euroopan metsäisimmäksi maaksi, myös maaksi, jossa kaikki potentiaaliset luonnontuotteiden luomukeruualueet ovat paikannettavissa digitaalisesti.

6.2 PESTEL-analyysi luonnontuotealasta

PESTEL-analyysin avulla voidaan tarkastella tekijöitä, joihin yksittäinen yritys ei pysty vaikuttamaan omalla strategiavalinnallaan. Tämä analyysi kehitettiin tukemaan johtoa kilpailukykyisen ja toteuttamiskelpoisen strategian suunnittelussa. PESTEL-nimitys tulee termeistä Political, Economic, Social, Technological, Environment ja Legal. Nämä tekijät edustavat asioita ja ilmiöitä, jotka asettavat reunaehdoja liiketoiminnalle samalla kun niiden tunnistaminen ja ennakointi saattavat tarjota yritykselle merkittävää kilpailuetua.

Poliittinen

Toimialojen kehittymistä voidaan ohjata poliittisilla päätöksillä. Ne vaikuttavat esimerkiksi siihen, miten alalle kohdistetaan rahoitusta. Luonnontuotealan kohdalla on hyvä, että se on tunnistettu osaksi biotaloutta, ja nimenomaan biotaloudesta halutaan uutta kasvua Suomen taloudelle. Poliittisten päätösten ansiota on myös se, että tällä hallituskaudella tehtyyn ruokapoliittiseen selontekoon elintarvikeviennin edistäminen on otettu yhdeksi keskeiseksi tavoitteeksi. Kansallinen luomuhjelma on asettanut selkeitä tavoitteita suomalaiselle luomutuotannolle ja luomukeruualueiden lisääminen auttaa tämän tavoitteen saavuttamisessa. Myös lähiruokaohjelman tavoitteet käyvät yksiin luonnontuotealan omien tavoitteiden kanssa, kun jalostusasteen nostoa ja lähiruoan saatavuutta lisätään ja pienimuotoisen elintarvikejalostuksen mahdollisuuksia parannetaan.

Ekonominen

Liiketoiminta luonnontuotealalla vaatii pääomia – ainakin, jos toimintaa harjoitetaan teollisuusmittakaavassa. Alan sesonkiluonteisuus edellyttää, että yrityksillä on satoaikaan riittävästi pääomia raaka-aineen hankintaan. Lisäksi yrityksillä on pääomia kiinni poimijoille hankituissa rakennuksissa ja osalla myös kuljetuskalustossa. Yrityksen vakavaraisuus vaikuttaa myös siihen, saako se kutsua poimijoita ulkomailta Suomeen. Hyvinä vuosina raaka-ainetta ostetaan runsaasti myös varastoihin, joista syntyy kustannuksia. Suomessa maa-seutuvirasto maksaa luonnonmarjoista ja -sienistä varastointitukea kesäkuun lopun varastokirjanpidon mukaan, mutta summat ovat kohtuullisen pieniä eivätkä riitä kattamaan varastointikuluja. Raaka-aineiden hinnat maailmanmarkkinoilla vaikuttavat myös Suomessa toimiviin luonnontuotealan yrittäjiin. Yritysten taloudellista tilannetta voisi helpottaa paremmalla yhteistyöllä, esimerkiksi tilojen ja koneiden yhteiskäytöllä ja yhteismarkkinoinnilla. Näyttää myös siltä, että mikroyrityksillä on eniten ongelmia taloutensa kanssa, joten tuotannon järkevä skaalaus antaisi parempia edellytyksiä riittävän toimeentulon hankintaan. Myös toimiminen jonkun toisen yrityksen alihankkijana lisäisi tehtyjen investointien käyttöä ja edesauttaisi teollisuusmittakaavaisen tuotannon syntymistä alalle. Tavoitteena tulisi olla selkeästi teollisuusmittakaavainen tuotanto koko luonnontuotealalla.

Sosiaalinen

Sosiaaliset ja kulttuuriset tekijät viittaavat erilaisiin trendeihin, käytänteisiin tai tapoihin. Marjastusta, sienestystä tai perinnekasvien keruuta voidaan pitää hyvin kulttuurisena tekijänä, ja Suomessa jokamiehenoikeudet ovat pitäneet tätä kulttuuria hyvin yllä. Meillä nuorisosta noin kolmannes harrastaa vielä kiitettävästi marjastusta tai sienestystä, kun vastaavasti länsinaapurissamme se on jo harvinaista. Nuorison marjastuskulttuuria tutkivassa kyselyssä selvitettiin, kuinka moni oli viimeisen vuoden aikana käynyt edes kerran marjastamassa tai sienestämässä. Kulttuuri on tosin muuttunut niin, että vain harva suomalainen kerää luonnontuotteita enää kaupalliseen käyttöön, vaan lähinnä itselle tai sukulaisille. Thaimaasta ja muista maista tulleet poimijat ovat korvanneet maaseudun nuoret poimijoina. Muutos tapahtui melko nopeasti vuoden 2005 jälkeen ja on ollut siitä lähtien vakiintunut tapa. Poimintamäärät ovat lähes kaksinkertaistuneet, mutta ulkomaalaispoiminta on aiheuttanut myös arvostelua ja reviiriritiriitoja. Asian sosiaalista hyväksyttävyyttä on py-

ritty parantamaan TEM:n ja UM:n sekä marjayritysten välisellä sopimuksella, johon on kirjattu pelisääntöjä mm. poimijoiden ansioista, majoituksesta, ruokailuista ja muista poimintaan olennaisesti vaikuttavista tekijöistä. Satokauden jälkeen sopimuksen toimivuutta arvioidaan sopijatahojen kesken ja samalla se päivitetään, jos sellaiseen on tarvetta. Yritysten tahto on ollut, että toimintaan saataisiin myös auditoinnin kaltaista toimintaa, jossa vuosittain tarkastettaisiin kaikki poimijaleirit.

Teknologinen

Teknologisessa kehityksessä luonnontuoteala on jäänyt jälkeen monista muista aloista. Keuruuta tehdään vielä käsin ja vasta ensiasteen jalostuksessa on onnistuttu hyödyntämään tehokkaasti teknologiaa. Tiedossa on, että esimerkiksi Amerikassa viljelytoimia tehdään koneellisesti, mutta kun kyseessä on epätasaisessa maastossa kasvava luonnonmarja tai -sieni, valmista, edullista ja toimivaa korjuukonetta on vaikea rakentaa. Peltoviljelyyn soveltuvaa teknologiaa voidaan käyttää toistaiseksi vain viljelyyn otetuille luonnonkasveille, kuten nokkoselle. Luonnontuotteiden jalostusprosessiin on sen sijaan viime vuosien aikana saatu uutta teknologiaa mm. erilaisilla pakastekuivausjärjestelmillä. Meneillään on myös tutkimuksia, joissa etsitään käyttökelpoista teknologiaa mm. kasvien kentällä tapahtuvaan laadunmäärittämiseen (Arctic Finger Print) sekä luonnontuotteiden arvoaineiden nykyistä tehokkaampaan talteenottoon (Cryo-Mikro). Sopivan teknologian puute on osaltaan hidastanut toimialan kehitystä, ja koska suuri yritysjoukko ei ole hyödyntämässä ko. laitteita, niiden kehittäminen ei kiinnosta laitevalmistajia. Tähän on törmätty esimerkiksi luonnonkasvien laadun määrittämiseen sopivien laitteiden kanssa: niitä ei ole missään valmiina ja on epävarmaa, alkavatko laitteita tuottavat yritykset kehitystyöhön asian korjaamiseksi.

Uusi teknologia antaa toisaalta mahdollisuuksia tuotteiden aivan uudenlaiseen markkinointiin sekä kanavan vuoropuheluun asiakkaiden kanssa. Digitalisaation odotetaan tuovan helpotusta myös raaka-aineketjujen hallintaan ja niiden markkinointiin. Metsäalalla on jo nyt käytössä runsaasti digitaalisia työkaluja, joiden toivotaan jatkossa palvelevan myös luonnontuoteyrittäjiä.

Ekologinen

Kuluttajat vaativat nykyisin tietoa siitä, miten kestävästi tuote tai palvelu on tuotettu ja myös sen todentamista esimerkiksi sertifikaatein. Kerättävistä luonnonkasveista on tehty kestävyystutkimusta, jonka avulla on selvitetty, kuinka usein ja millä intensiteetillä eri kasveja voidaan kerätä ilman, että keruu vaarantaa kasvin elinvoimaisuutta tai olemassaoloa. Luonnonvarakeskus on tehnyt tällaista tutkimusta mm. katajalle, mustikalle ja kanervalle. Jatkuvallekin tutkimukselle on tilausta, sillä varmaa on, että asiakkaat kysyvät tätä asiaa myös jatkossa.

Luonnontuotteiden markkinoinnissa voidaan korostaa sitä, että tuotteilla on minimaalinen vesi- ja hiilijalanjälki moneen muuhun tuotteeseen verrattuna: marjat, sienet tai yrtit eivät tarvitse ulkopuolisia ostettuja tuotantopanoksia tuottaakseen satoa. Ne ovat siten erityisen hyvässä asemassa verrattaessa niitä esimerkiksi torjunta-aineilla, lannoitteilla tai muilla käsiteltyihin hedelmiin.

Ekologiset näkökulmat tulee huomioida myös jalostusprosessien energian käytössä. Luonnontuotteiden kuivaus on paljon käytetty jalostusmenetelmä, mutta kuivaamisen energia- ja laiteratkaisut voivat heikentää olennaisesti toiminnan kannattavuutta. Nykyisin kiinnitetään myös paljon aiempaa enemmän huomiota kierrätettäviin pakkauksiin. Sivuvirtojen suhteen marja-ala on hyvä esimerkki siitä, että prosessista ei jää juuri hyödyntämättömiä komponentteja, sillä esimerkiksi mehun puristamisen jälkeen jäävillä puristekakuilla on menekkiä, ja niitä ostetaan jatkojalostukseen jopa ulkomailta.

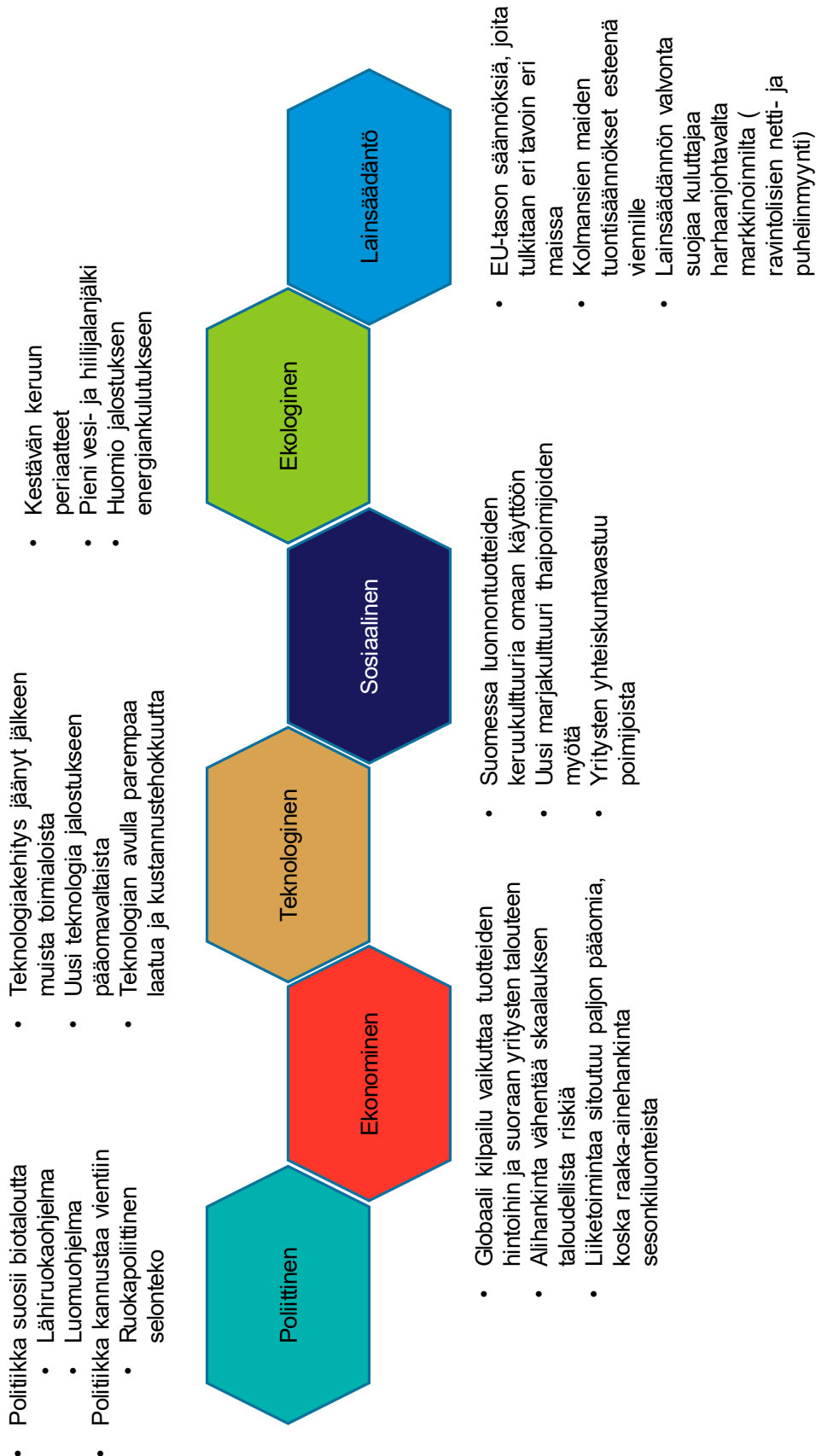
Lainsäädännöllinen

Luonnontuotealalla toimitaan monilta osin EU-säännösten maailmassa. Elintarvikealaan kohdistuvat mm. elintarvikelaki ja -asetus sekä uuselintarvikelainsäädäntö ja kosmetiikka-alaan EU:n kosmetiikka-asetus. Yrittäjän on syytä tuntea omaa alaansa koskevan lainsäädännön perusperiaatteet. Lisäksi esimerkiksi keruutuotteiden luomutuotantoon sovelletaan omaa lainsäädäntöä, joka sekin juontaa EU:sta. Lainsäädäntö on aiheuttanut yritystoimintaan kitkaa silloin, kun kotimainen tulkinta on ollut esimerkiksi huomattavasti tiukempi kuin toisessa EU-maassa. Uuselintarvikelainsäädäntö hiertää vielä luonnonkasveja hyödyntäviä yrittäjiä, koska hyväksytyjen elintarvikkeiden listalle ei ole saatu monien perinteisinä pitämiä kasveja.

Ravintolisien kohdalla keskustelussa on ollut niiden villi nettimyynti ja tuotteisiin liitetyt terveysväittämät, joita ei saisi esittää perusteettomasti. Terveyskauppiaiden liitto on vaatinut kaikkien ravintolisiä myyvien yritysten saattamista elintarvikevalvonnan piiriin. Liitto on esittänyt huolensa siitä, että sekavat markkinat leimaavat myös koulutuksen saaneiden yrittäjien toimintaa, ja yrittäjiltä tulisi edellyttää alan koulutusta, koska sen katsotaan olevan osa kuluttajansuojaa.

Lainsäädännölliset esteet ovat olleet viime aikoina keskustelun aiheena, koska luonnon tuotteiden vienti Kiinaan onkin osoittautunut ongelmalliseksi. Hankaluuksia on tullut erityisesti luomutuotteita markkinoiville yrityksille, koska Kiina ei ole hyväksynyt Euroopan unionin alueella toimivaa luomusertifiointijärjestelmää kelpolliseksi Kiinassa. Lainsäädännöllisiä esteitä on löytynyt viennistä enemmänkin ja asiat vaatisivat selvittämistä, koska niistä saattaa kärsiä useampikin yritys.

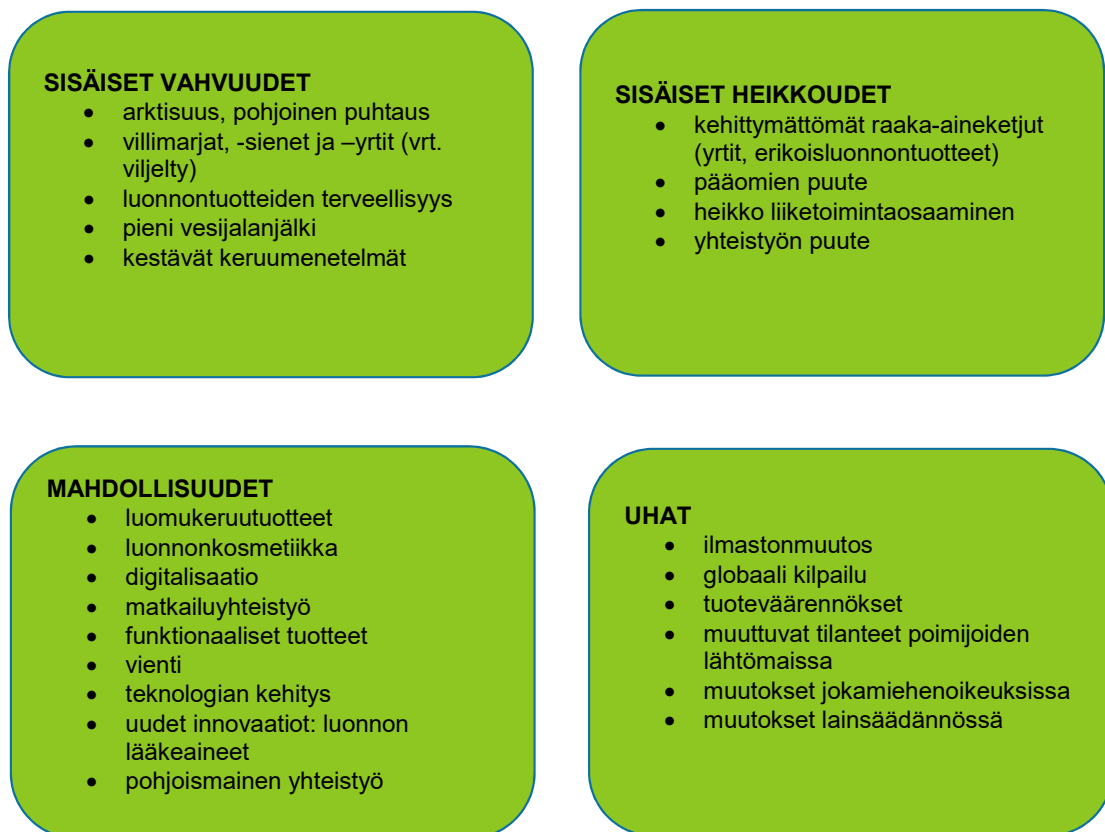
Kuva 13. Luonnontuotealan PESTEL-analyysi.



6.3 SWOT-analyysi

SWOT-analyysi (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) on nelikenttämenetelmä, jota käytetään strategian laatimisessa, sekä oppimisen tai ongelmien tunnistamisessa, arvioinnissa ja kehittämisessä. Se on hyödyllinen ja yksinkertainen työkalu yrityksen toiminnan, hankkeiden ja projektien suunnittelussa. SWOT-analyysissä kirjataan ylös analysoidun asian sisäiset vahvuudet, sisäiset heikkoudet, ulkoiset mahdollisuudet ja ulkoiset uhat.

Kuvio 14. SWOT-analyysi luonnontuotealasta



7 Yhteenveto

Luonnontuotealalla toimii yli 750 yritystä, joiden yhteinen liikevaihto ylittää reilusti yli 300 miljoonaa. Yrityksistä puolet tuottaa pääosan liikevaihdosta. Luonnontuotealan henkilöstömäärä on arvioitu noin 3 000 henkilötyövuodeksi. Poimijat muodostavat merkittävän osan alan toimijoista, mutta he eivät ole työsuhteessa. Viime vuosina ulkomailta kutsuttujen poimijoiden määrä on vaihdellut 2 500–3 500 henkilön välillä, ja he poimivat kaupallisesta sadosta jo noin 80 %. Sieniä ja luonnonkasveja poimivat suomalaiset.

Luonnontuotealan liikevaihto on kasvussa. Tähän vaikuttaa sekä kotimaisen kysynnän kasvu että viennin nopea lisääntyminen. On hienoa, että nimenomaan luonnontuotteista valmistettujen jalosteiden vienti on lisääntynyt merkittävästi. Viennin arvo on noin 10 miljoonaa, kun se vielä vuosikymmenen alussa oli hyvin vaatimatonta. Vienti on kasvanut erityisesti Kaukoidän maihin. Viennin markkinointivaltteina ovat erityisesti tuotteiden puhtaus, villi alkuperä, arktisuus ja luomu. Luomutuotteet ovat suosittuja Euroopassa, kuten Saksassa ja Pohjoismaissa. Luomutuotteiden lisäämiselle on hyvät edellytykset, koska Suomessa on maailman suurin luonnontuotteiden luomukeruualue, liki 12 miljoonaa hehtaaria.

Metsien monikäyttö lisääntyy ja metsänomistajia kiinnostavat myös metsän non-wood-tuotteet. Luonnontuotteista pihka, mahla, pettu ja pakuri ovat tuotteita, joita metsänomistajan kannattaa kerätä omasta metsästään, koska ne eivät kuulu jokamiehenoikeuksien piiriin. Yhä useampaa metsänomistajaa kiinnostaa myös luonnontuotteet huomioiva metsätaloussuunnitelma.

Luonnontuotealalla tehdään hyvää tutkimusta ja kehittämistä. Tutkimuksen kohteena ovat mm. sienten viljely, metsien uudet tuotteet, luonnontuotteiden lääketieteellisesti hyödynnettävät ainesosat, luonnontuotteiden turvallisuus ja laatu sekä arvoaineiden prosessoinnin uudet teknologiat.

Yritysten toiveena kehittämistyölle on luonnontuotteiden näkyvämpi kansainvälinen brändityö, seikkaperäisemmän markkinatiedon saanti sekä marjasektorilla poimijoiden saannin turvaaminen. Yritysten toivelistalla on edelleen ns. marja-asiamiehen pestin perustaminen todentamaan ulkomaalaispoiminnan reiluja pelisääntöjä. Moni yritys esittää tarpeenaan myös luomualueiden laajentamisen muualle kuin Pohjois-Suomeen. Moni luonnonkasveja käyttävä yritys edistäisi raaka-aineiden saantia, raaka-aineen laatua ja verkoston yhteistyötä.

Lähteet

Aitoluonto-nettisivusto, tietoa luonnontuotealasta ja alan yritysrekisteri, www.aitoluonto.fi
Arktiset Aromit ry, www.arktisetaromit.fi

Arktiset Aromit ry: Suomalaisten metsämarjojen talteenoton, jalostuksen ja markkinoinnin kehitys. Arktiset Aromit. Simo Moisio. <http://www.arktisetaromit.fi/binary/file/-/fid/3602>

Elintarvike- ja luonnontuotealan pienyrityksiä, www.aitojamakuja.fi

Elintarviketeollisuusliitto, www.etl.fi

Elintarviketurvallisuusvirasto, Elintarvikevienti

FIBL & IFOAM Organics international The World of Organic Agriculture, statistics and emerging trends 2018

MARSI 2014- 2016. Luonnonmarjojen ja -sienten kauppaantulomäärät. Maaseutuvirasto. Raportteja ja selvityksiä.

M-brain, mediaseuranta 2017-2018

MMM, Ruoka 2030. Ruokapoliittinen selonteko, www.mmm.fi/ruoka2030

Mäki-Tasku Noora. 2016. Hunajan maahantuonti kolmansista maista. Opinnäytetyö. Turun ammattikorkeakoulu. 69 s.

Pk-yritysbarometri, kevät 2018. Suomen Yrittäjät 2018.

Pro Luomu ry, www.proluomu.fi

Ruokatieto Yhdistys ry, www.ruokatieto.fi

Rutanen, Juha. 2014. Luonnontuotteet monipuolistuvissa arvoverkoissa – Luonnontuotealan toimintaohjelma 2020. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti. Raportteja 145. 29 s. 2014. Pdf

Suomen asiakastieto Oy, www.asiakastieto.fi

Suomen Mehiläishoitajain Liitto SML, www.mehilaishoitajat.fi

Suomen Terveystuotekauppiaiden Liitto ry, Rönkkö Mika, www.terveystuotekauppa.fi

Säädöstietopankki, www.finlex.fi

TEM toimiala Online-tietokanta, www.toimialaonline.fi

Tilastokeskus, www.tilastokeskus.fi

Tullihallitus, Vienti- ja tuontitilastot, www.tulli.fi

Viljamaa, Sonja ja Moisio, Simo. 2014. Luonnonmarjojen kansantaloudellinen merkitys. Arktiset Aromit ry, Oulun yliopisto.

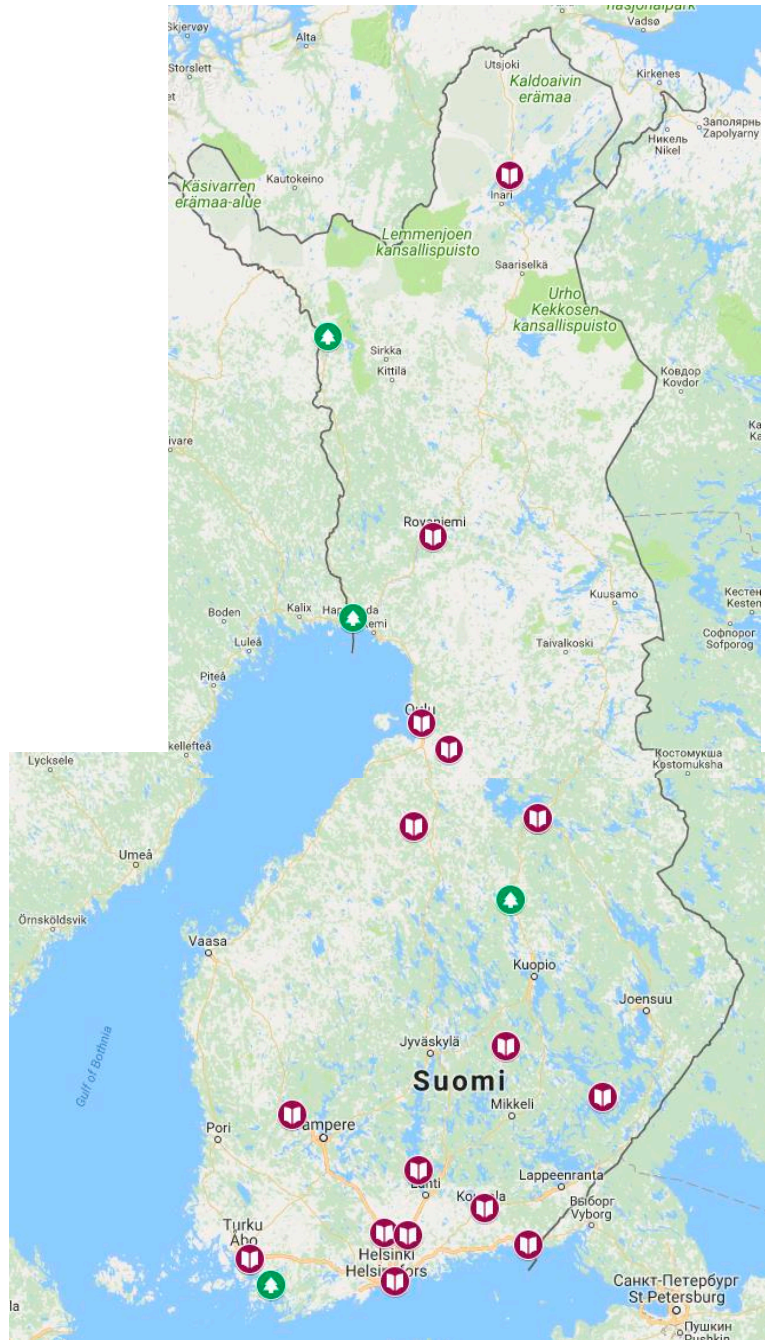
Pro Luonnonkosmetiikka ry, www.luonnonkosmetiikka.fi

Yritysten www-sivut

Yritysvastuun asiantuntijaverkosto, www.fibsry.fi

Yrittäjien teemahaastattelut 2018

Liite 1



Karttaan on merkitty luonto- ja ympäristöalan perustutkinto- ja luonnontuotealan ammatti-tutkintokoulutusta tarjoavia oppilaitoksia. Mukaan on otettu myös oppilaitoksia, joissa ko. koulutuksia on meneillään tai haussa. Kartalta saattaa puuttua joitakin oppilaitoksia, jos esimerkiksi toimipisteitä on usealla paikkakunnalla.

Oppilaitosten tietoihin pääsee linkistä: <https://drive.google.com/open?id=1FXnqf2lhVoj3RbQgEHETLsfvm8ydWR1T&usp=sharing>

Työ- ja elinkeinoministeriö

www.tem.fi

Maa- ja metsätalousministeriö

www.mmm.fi

Ympäristöministeriö

www.ym.fi

ELY-keskus

www.ely-keskus.fi

Business Finland

www.businessfinland.fi



Työ- ja elinkeinoministeriö
Arbets- och näringsministeriet